

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DAIANE CRISTINE DE SOUZA MOREAU

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA INDÚSTRIA
DE AGROTÓXICOS NO BRASIL

CURITIBA

2015

DAIANE CRISTINE DE SOUZA MOREAU

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA INDÚSTRIA
DE AGROTÓXICOS NO BRASIL**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Políticas Públicas, no curso de Pós Graduação em Políticas Públicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Victor Pelaez

CURITIBA

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. SISTEMA DE BIBLIOTECAS.
CATALOGAÇÃO NA FONTE

Moreau, Daiane Cristine de Souza

Estratégias de comunicação da indústria de agrotóxicos no Brasil /
Daiane C. de Souza Moreau. - 2015.
121 f.

Orientador: Victor Pelaez.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Paraná, Setor de
Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Políticas
Públicas.

Defesa: Curitiba, 2015.

1. Comunicação empresarial. 2. Pesticidas – Indústria. 3. Agricultura –
Políticas públicas. I. Pelaez-Alvarez, Victor Manoel. II. Universidade
Federal do Paraná. Setor de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de
Pós-Graduação em Políticas Públicas. IV. Título.

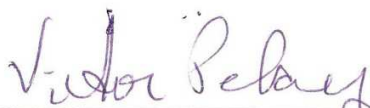
CDD 658.45

ATA

Os membros da Comissão Examinadora designados pelo Colegiado do PPPP – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Paraná aprovaram a dissertação de Mestrado com o título "**Estratégias de Comunicação da Indústria de Agrotóxicos no Brasil**", apresentada pela mestranda **DAIANE CRISTINE DE SOUZA**, no dia 30 de março de 2015.

Seguem, em anexo, os pareceres dos integrantes da Comissão.

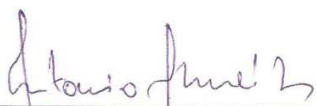
Curitiba, 30 de março de 2015



Prof. Dr. Victor Manoel Pelaez Alvarez
Presidente/Orientador/UFPR



Prof. Dr. Marcos Paulo Fuck
Examinador/UFPR



Prof. Dr. Antonio Ribeiro de Almeida Junior
Examinador/USP

À minha mãe, Silvana.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Victor Pelaez, por todas as contribuições neste trabalho e principalmente por toda a paciência e dedicação ao longo da minha trajetória acadêmica na graduação e no mestrado.

Aos membros da banca de qualificação, agradeço a professora Maria Tourinho Girardi por todos os apontamentos que contribuíram para a realização final deste trabalho e ao professor Marcos Paulo Fuck, que além das importantes orientações que fez à esta dissertação, também contribuiu para minha formação acadêmica na Universidade Federal do Paraná.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e a todos os seus docentes, especialmente a Professora Noela Invernizzi, cujas aulas contribuíram na discussão deste trabalho. Aos queridos discentes, João Guilherme Duda e Yohanna Juk Vieira. Sem vocês o trabalho teria sido muito mais árduo. Vocês iluminam os meus dias e as minhas ideias. Obrigada pelo carinho, amizade e companheirismo.

Por fim, agradeço aqueles que sempre me motivaram ao estudo e a chegar até aqui. Ao Antoine Moreau, pelos dez anos, que caminhando ao meu lado, sempre teve palavras e atitudes de incentivo à minha formação como bacharel e como mestre. Agradeço também a pessoa a quem dedico esta dissertação, minha mãe Silvana, que desde sempre me ensinou a importância de estudar.

"Não existem fatos, apenas interpretações"

Friedrich Nietzsche

RESUMO

O uso de agrotóxicos no Brasil intensificou-se a partir dos anos 1960 no contexto da chamada "Revolução Verde". A difusão desse modelo tem-se baseado fundamentalmente no aumento da produtividade agrícola, com a promessa da erradicação da fome. Concomitantemente à difusão dos agrotóxicos na agricultura, os efeitos adversos desses produtos passaram a ser discutidos, com o surgimento do ambientalismo em nível nacional e internacional. No Brasil, essa oposição ganhou maior expressão na década de 1980 diante da tramitação e da aprovação de leis estaduais de agrotóxicos. As empresas desse ramo, representadas pela Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF), reagiram com ações judiciais e simultaneamente iniciaram uma campanha publicitária contemplando um discurso voltado ao convencimento da segurança e da indispensabilidade do uso dos agrotóxicos para o controle de pragas, diante da ameaça da fome. A atual Lei de Agrotóxicos (7.802/1989) foi discutida e promulgada nesse período de intensas disputas entre grupos de interesses com lógicas opostas. O quadro legislativo atual das restrições à propaganda de agrotóxicos foi reforçado na década seguinte, com a vigência da Lei Murad (9294/1996) que restringiu a publicidade desses produtos aos agricultores, proibindo a sua divulgação na imprensa voltada ao público leigo. Consequentemente, a ANDEF teve que adequar as suas estratégias de comunicação ao novo contexto sociopolítico, incorporando a questão da sustentabilidade. O presente estudo se propõe a analisar as estratégias de comunicação adotadas pela ANDEF. O foco de análise baseia-se no processo adaptativo das táticas e dos instrumentos retóricos de convencimento adotados a partir dos anos 1980 por essa Associação *vis-à-vis* a evolução das políticas públicas voltadas ao controle da propaganda de agrotóxicos. Para tanto, aplicam-se as teorias da "Ação Comunicativa", da "Nova Retórica" e do "*Framing*", a fim de discutir as estratégias de convencimento e de construção de argumentos adotadas para atingir sua plateia (agricultores, consumidores, pesquisadores, entre outros).

Palavras-chave: Agrotóxicos. ANDEF. Estratégias de Comunicação. Políticas Públicas.

ABSTRACT

From the 1960's and on, the usage of pesticides in Brazil has escalated within the so called "Green Revolution". The growing adoption of the technique is justified by the significant productivity gain and also under the promises to eradicate starvation. As the dissemination of pesticides in agriculture was getting more intense, the harmful effects of its utilization became a relevant topic of discussion along with the advent of national and international environmentalism. In Brazil, this movement gathered significant strength during the 1980's, as a result of the development and approval of several pesticide state laws. The industry, represented by the National Association of Vegetal Defense (ANDEF), struck back with several lawsuits and simultaneously launched a massive advertising campaign which deemed the use of pesticides as crucial to pest control, especially under the constant threat of hunger. The Pesticide Law (7.802/1989) was discussed and approved during this period of intense dispute between ideologically disparate groups. The legislative configuration which restricted pesticides advertisements was reinforced in the following decade by the enactment of the Murad Law (9294/1996), responsible for limiting the advertising of such products to farmers and banning it on mainstream media. The ANDEF therefore was compelled to review its communication strategies and, throughout the 2000's, has turned the reasoning to the new sociopolitical context, incorporating the sustainability issue. The present study intends to analyze the communication strategies adopted by ANDEF. It will focus on the adaptive process of its tactics and also on the rhetorical persuasion tools adopted as from the 1980's by this Association while facing the evolution of public policies regarding pesticides advertisement controls. According to this purpose, the "Communicative Action", "New Rhetoric" and "Framing" theories will be applied, in order to approach and describe the persuasion and argumentation strategies undertaken by the Association to relate to its public (farmers, consumers, researchers, among others).

Key Words: Pesticides. ANDEF. Communication Strategies. Public Policies.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - EVOLUÇÃO DA POLÍTICA DE CRÉDITO RURAL NO BRASIL, EM VALORES FINANCIADOS (1969-2012)	43
FIGURA 2 - INTEGRANTES DA ANDEF	55
FIGURA 3 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (30/01/1985).....	57
FIGURA 4 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA SENHOR (15/05/1985).....	58
FIGURA 5 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (18/04/1985).....	60
FIGURA 6 - A GUERRA CONTINUA DENTRO DE CASA	61
FIGURA 7 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (03/04/1985).....	62
FIGURA 8 - EVOLUÇÃO ANUAL DA BALANÇA COMERCIAL DO BRASIL E DO AGRONEGÓCIO.....	76
FIGURA 9 - SELO DE ADVERTÊNCIA.....	81
FIGURA 10 - PROPAGANDA DA EMPRESA DOW AGROSCIENCES (2001)	82
FIGURA 11 - PROPAGANDA DA EMPRESA SYNGENTA (2003).....	82
FIGURA 12 - MASCOTE DA ANDEF	84
FIGURA 13 - MANUAL DE TECNOLOGIA DE APLICAÇÃO.....	85
FIGURA 14 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS NO USO DE EPI	86
FIGURA 15 - MANUAL DE TRANSPORTE DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS.....	86
FIGURA 16 - MANUAL DE ARMAZENAMENTO DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS	87
FIGURA 17 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE APLICAÇÃO DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS.....	88
FIGURA 18 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS AGRÍCOLAS NO CAMPO.....	88
FIGURA 19 - CARRETA ANDEFINO	89
FIGURA 20 - PROJETO "ANDEFINO NA ESCOLA"	91
FIGURA 21 - KIT EDUCACIONAL DA ANDEF	92
FIGURA 22 - EDIÇÕES DA REVISTA A GRANJA KIDS	93
FIGURA 23 - CD "PROTEGER A PLANTAÇÃO"	93
FIGURA 24 - PRIMEIROS SOCORROS.....	95
FIGURA 25 - LIVRO "PEQUENAS HISTÓRIAS DE PLANTAR E DE COLHER"	96
FIGURA 26 - SLOGAN DA CAMPANHA SOU AGRO	100

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - EVOLUÇÃO DO SISTEMA BRASILEIRO DE EXTENSÃO RURAL (1948-1974).....	41
QUADRO 2 - TAXAS DE CRESCIMENTO DA ECONOMIA E DOS SETORES PRODUTIVOS NO BRASIL DE 1980 A 1993 (1980 - BASE 100)	47
QUADRO 3 - ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ANDEF NOS ANOS 2000 ...	107

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA E BALANÇA COMERCIAL DO AGRONEGÓCIO (1989-2012) (EM US\$ BILHÕES)	75
--	----

LISTA DE SIGLAS

ABAG	Associação Brasileira do Agronegócio
ABCAR	Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural
ABCZ	Associação Brasileira dos Criadores de Zebu
ABMR&A	Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio
ABRAPA	Associação Brasileira dos Produtores de Algodão
ACAR	Associação de Crédito e Assistência Rural
ADC	Conselho de Desenvolvimento Agrícola
AGAPAN	Associação Gaúcha de Proteção ao Meio Ambiente
AID	Agência Internacional para o Desenvolvimento
ANDAV	Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários
ANDEF	Associação Nacional de Defensivos Agrícolas (1974-1992)
ANDEF	Associação Nacional de Defesa Vegetal (a partir de 1992)
APROSOJA	Associação dos Produtores de Soja e Milho do Estado de Mato Grosso
ASCAR	Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural
ATER	Serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural
BRACELPA	Associação Brasileira de Celulose e Papel
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CGIAR	Grupo de Consulta para a Pesquisa Agrícola
CIMMYT	Centro Internacional de Melhoramento de Milho e Trigo
CONAR	Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária
DDT	Dicloro-Difenil-Tricloroetano
EMATER	Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATER	Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão
EPI	Equipamento de Proteção Individual
FAO	Organização para a Alimentação e Agricultura
FBCN	Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos S/A
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
INPEV	Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias
IPEA	Instituto de Planejamento Econômico e Social
IPLAN	Instituto de Planejamento
IRRI	Instituto Internacional de Pesquisa de Arroz
MPT	Ministério Público do Trabalho
OCB	Organização das Cooperativas Brasileiras
OEPA's	Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária
OMS	Organização Mundial de Saúde
PND	Plano Nacional de Desenvolvimento
PNDA	Programa Nacional de Defensivos Agrícolas
SEMA	Secretaria Especial do Meio Ambiente

SEPLAN	Secretaria de Planejamento da Residência da República
SIBER	Sistema Brasileiro de Extensão Rural
SIBRATER	Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural
SNCR	Sistema Nacional de Crédito Rural
SNPA	Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária
TAC	Termos de Ajustes de Conduta
UNDP	Programa para o Desenvolvimento para as Nações Unidas
UNICA	União da Indústria de Cana de Açúcar
UPAN	União Protetora do Ambiente Natural

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
2	ENTRE A PRODUTIVIDADE E A LÓGICA DO EXTERMÍNIO	21
2.1	COMUNICAÇÃO E IDEOLOGIA.....	21
2.1.1	Ação comunicativa	22
2.1.2	A nova retórica	27
2.1.3	Framing como estratégia de comunicação	29
2.2	A REVOLUÇÃO VERDE.....	33
2.2.1	A promessa de erradicação da fome.....	34
2.2.2	A pesquisa agrícola	37
2.2.3	A extensão rural	40
2.2.4	O crédito rural	42
2.3	O DESEMPENHO ECONÔMICO DA AGRICULTURA (1960-1980)	45
2.4	O INÍCIO DO DEBATE AMBIENTALISTA E A OPOSIÇÃO AOS AGROTÓXICOS	47
2.4.1	Argumentos utilizados pelo movimento ambientalista	52
2.5	AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DEFENSIVOS AGRÍCOLAS (ANDEF) NA DÉCADA DE 1980.....	53
2.5.1	A constituição da ANDEF	54
2.5.2	A lógica do uso adequado	56
2.5.3	A lógica do extermínio do inimigo.....	59
2.5.4	O combate à fome	61
3	A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO E DA PRÁTICA DO AMBIENTALMENTE CORRETO	65
3.1	A ORDEM CONSTITUCIONAL DE 1988: DIREITOS FUNDAMENTAIS À LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA COMUNICAÇÃO SOCIAL, À DEFESA DO CONSUMIDOR E À LIVRE INICIATIVA.....	65
3.1.1	O direito à liberdade de expressão na comunicação social.....	67
3.1.2	A defesa do consumidor	68

3.2	O CONTROLE DA PROPAGANDA DE AGROTÓXICOS.....	72
3.2.1	A lei de agrotóxicos (Nº 7.802/1989)	72
3.2.2	A lei murad (Nº 9294/1996)	73
3.3	O DESEMPENHO ECONÔMICO DA AGRICULTURA (1990-2010)	74
3.4	O AMBIENTALISMO ATUAL E O CONTÍNUO ENFRENTAMENTO AOS AGROTÓXICOS	76
3.5	AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DEFESA VEGETAL (ANDEF) NO PERÍODO PÓS CONSTITUIÇÃO DE 1988	80
3.5.1	O selo de advertência da ANDEF.....	81
3.5.2	A ANDEF e a educação.....	83
3.5.3	A comunicação institucional: Sou Agro e Desafio 2050	99
3.5.4	Prêmios ANDEF "Mérito fitossanitário" e "Heróis da revolução verde"	103
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
	REFERÊNCIAS	114

1 INTRODUÇÃO

A trajetória da indústria mundial de agrotóxicos teve início no período pós II Guerra Mundial, com o avanço das moléculas organo-sintéticas. No Brasil, a disseminação do uso desses produtos intensificou-se a partir da década de 1960, por meio da chamada "Revolução Verde", cujo objetivo era o aumento da produtividade agrícola com a promessa da erradicação da fome. Suas premissas seriam alcançadas pela difusão de técnicas agrícolas de uso intensivo de insumos químicos (agrotóxicos e fertilizantes), biológicos (sementes melhoradas) e mecânicos (máquinas e implementos agrícolas).

Esse modelo de modernização da agricultura foi importado dos EUA no contexto da Guerra Fria - quando EUA e União Soviética disputavam influência política, econômica e ideológica em todo mundo. Temendo a implantação de governos comunistas em países então chamados de "Terceiro Mundo", os EUA exportaram para estas regiões o modelo que deu origem ao novo paradigma tecnológico da agricultura fundado no tripé: pesquisa agrícola, extensão rural e crédito rural.

No Brasil esse processo foi facilitado pelas instituições de extensão rural, inicialmente representadas pelas Associações de Crédito e Assistência Rural (criadas a partir de 1948). Ao mesmo tempo, uma série de incentivos governamentais colaborou para a difusão desse modelo agrícola, como: o Sistema Nacional de Crédito Rural (1965), que concedia crédito rural vinculado ao uso de agrotóxicos; o Programa Nacional de Defensivos Agrícolas (1975), que tinha o objetivo de diminuir a quantidade de importações desses produtos; e a intensificação da pesquisa agrícola, com a criação da Embrapa (1973). Consequentemente, entre as décadas de 1960 e 1980, a agricultura brasileira passou por um período de transformação crescendo a taxas significativas. Ao longo dos anos 1980 as taxas de crescimento do PIB agrícola superaram as taxas de crescimento do PIB da economia como um todo.

Concomitantemente à difusão dos agrotóxicos na agricultura, os efeitos adversos desses produtos à saúde humana e ao meio ambiente passaram a ser discutidos com o surgimento do movimento ambientalista em níveis nacional e

internacional. Nos EUA a pesquisadora Rachel Carson já tratava a respeito do assunto em 1962. Já no Brasil, o movimento começou a ter representatividade na década de 1970, com a criação da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (Agapan) e ganhou significativa expressão na década de 1980, com a aprovação das leis estaduais de agrotóxicos no Rio Grande do Sul, em 1983, e no Paraná, Santa Catarina e São Paulo, em 1984. Em comparação com o marco regulatório federal então existente, essas leis apresentavam exigências mais rígidas de registros de agrotóxicos, baseadas na avaliação dos riscos à saúde humana e ao meio ambiente.

As ações desencadeadas pelo movimento ambientalista passaram a incomodar as empresas multinacionais que haviam instalado unidades de produção no Brasil. Estas, representadas pela Associação Nacional de Defesa Vegetal¹ (ANDEF), reagiram com processos judiciais e iniciaram, em 1983, uma campanha publicitária de abrangência nacional. As propagandas eram voltadas ao convencimento da necessidade e da urgência de se adotar os agrotóxicos como instrumento seguro de controle de pragas, que ameaçavam a produção de alimentos e de riqueza de um país com forte expressão agrícola no cenário nacional e internacional. As propagandas eram veiculadas em revistas de amplo apelo popular como a Revista Veja e a Revista Senhor. As mensagens transmitidas eram baseadas em três lógicas complementares: o uso adequado, o extermínio do inimigo e o combate à fome.

As leis estaduais aprovadas na primeira metade da década de 1980 foram precursoras de uma lei federal de agrotóxicos (7.802) aprovada em 1989. A atual Lei de Agrotóxicos foi construída nesse período de intensas disputas entre grupos de interesses com lógicas opostas: a lógica do uso intensivo de agrotóxicos, voltado ao aumento da produtividade agrícola, *versus* a lógica da preservação do meio ambiente e da saúde humana, baseada no controle desse modelo de produção. A nova lei federal instituiu a obrigatoriedade das propagandas de agrotóxicos conterem clara advertência a respeito dos riscos do produto à saúde dos homens, dos animais e do meio ambiente. Sete anos depois, com a instituição da Lei Murad (9294/1996), as propagandas, que até então eram veiculadas à população em geral, foram restringidas a programas e publicações especificamente dirigidos aos agricultores e pecuaristas.

¹ Na época designada "Associação Nacional de Defensivos Agrícolas".

Consequentemente, a indústria de agrotóxicos teve que se adequar às restrições legais impostas. Ao longo dos anos 2000 a ANDEF incorporou o discurso de parte do segmento ambientalista, em especial quanto à necessária qualidade e segurança dos alimentos. Neste período a beligerância contida no discurso deu lugar à busca por aliados, com uma estratégia positiva de valorização da atividade. Outro ponto que merece destaque, nas estratégias de comunicação da Andef, são as ações educativas não só de extensão ao produtor e trabalhador rural, mas de formação de crianças e adolescentes.

Toda essa discussão ganha ainda mais relevância na medida em que o Brasil é atualmente o segundo maior mercado consumidor de agrotóxicos, com vendas estimadas em US\$ 11,5 bilhões em 2013 (SINDIVEG, 2014). O país apresenta também a maior taxa de crescimento de importações mundiais de agrotóxicos ao longo dos anos 2000 (487%), posicionando-se como o maior importador mundial em 2013 (US\$ 3 bilhões) (COMTRADE, 2014). Esses indicadores provocaram mais recentemente reações de segmentos da sociedade civil, levando à criação do Fórum Nacional de Combate aos Efeitos dos Agrotóxicos, pelo Ministério Público do Trabalho (2009) e da Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida (2011).

Neste contexto, o presente estudo se propõe a analisar as estratégias de comunicação adotadas pela indústria de agrotóxicos no Brasil, a partir de uma de suas associações de classe, a ANDEF, em termos da evolução das táticas e dos instrumentos retóricos de convencimento adotados a partir dos anos 1980 *vis-à-vis* a evolução das políticas públicas voltadas ao controle da propaganda de agrotóxicos. Para tanto, a presente pesquisa fundamenta-se em três teorias: a da Ação Comunicativa de Habermas, que explica a relação intersubjetiva na busca pelo entendimento; a da Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca, que trata do método direcionado ao convencimento; e a Teoria do Framing, que discute o processo de construção da argumentação.

O método histórico e qualitativo consigna a interpretação do passado por meio da narrativa dos discursos veiculados nos meios de comunicação de massa e de publicações especializadas da Andef. Nesse sentido, a investigação interdisciplinar proposta nesse trabalho pode ser classificada como: teórica, histórica, e, portanto,

narrativa e analítica. Quanto às fontes utilizadas, procedeu-se a um trabalho de pesquisa e coleta de propagandas. Para as propagandas referentes à fase anterior à Constituição de 1988 foram utilizadas edições de 1985 das revistas *Veja* e *Senhor*. No entanto, ressalta-se que todas as edições dos anos de 1983 a 1988 foram verificadas. Nesse processo, observou-se que a campanha central da ANDEF foi veiculada principalmente no primeiro semestre de 1985. Já, para as propagandas e demais materiais de comunicação publicados no período posterior à Constituição de 1988, foram utilizadas propagandas de edições dos anos 2000 da Revista *Globo Rural* e materiais disponibilizados pela ANDEF. Destaca-se ainda que as edições de 1990 a 2000 da Revista *Globo Rural* foram verificadas e constatou-se que nesse período a ANDEF cessou a publicação de materiais do gênero nesse veículo de comunicação. Quanto aos materiais impressos, estes foram obtidos em pesquisa de campo realizada em São Paulo em meio ao evento "Desafio 2050" e em visita presencial à sede da ANDEF, em outubro de 2014.

Para o relato da história do debate em torno do uso de agrotóxicos no país e de dados indicadores do desempenho econômico da agricultura ao longo do tempo, foram utilizados dados secundários de livros e dissertações de mestrado. Para a discussão dos aspectos institucionais incorporados na legislação brasileira relativa ao controle da propaganda de agrotóxicos, a partir da Constituição de 1988 foram utilizados dados primários (publicações parlamentares) e dados secundários (publicações de relatos e livros).

O primeiro capítulo apresenta uma breve revisão e recorte da Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, da Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca e da Teoria do *Framing*. Aborda o contexto histórico em que está inserida a Revolução Verde no Brasil e os aspectos relacionados à pesquisa agrícola, extensão rural e crédito rural. Versa rapidamente sobre o desempenho econômico da agricultura no período 1960 a 1980. Trata do contexto histórico do início do debate ambientalista e da oposição ao uso de agrotóxicos no Brasil. Por fim, analisa as estratégias de comunicação da ANDEF na década de 1980. Este capítulo tem o intuito de identificar o contexto histórico e o posicionamento de cada grupo (governo, movimento ambientalista e ANDEF) no período de implantação da indústria de agrotóxicos no país.

O segundo capítulo aborda dois direitos fundamentais presentes na Constituição de 1988: o direito à liberdade de expressão na comunicação social e a defesa do consumidor. Versa sobre as duas leis que tratam do controle da propaganda de agrotóxicos: a Lei de Agrotóxicos (Nº 7.802/1989) e a Lei Murad (Nº 9294/1996). Trata do desempenho atual da agricultura brasileira. Discorre sobre as ações ambientalistas atuais no que diz respeito ao contínuo enfrentamento ao uso de agrotóxicos. E, analisa, por fim, as estratégias de comunicação atuais da ANDEF vis-à-vis a evolução da legislação, notadamente no que tange ao controle da propaganda de agrotóxicos.

2 ENTRE A PRODUTIVIDADE E A LÓGICA DO EXTERMÍNIO

Durante o período de implantação da indústria de agrotóxicos no Brasil, incentivos governamentais (Sistema Nacional de Crédito Rural e Programa Nacional de Defensivos Agrícolas) foram concedidos dentro de uma lógica de aumento da produtividade de um país com forte expressão agrícola no cenário nacional e internacional. A ANDEF utilizando-se dessa lógica, e somando-a com outra de extermínio de pragas que atacavam as plantações brasileiras, expandiu seu mercado baseada no argumento do combate à fome.

Concomitantemente, o movimento ambientalista posicionou-se como ator contrário ao uso indiscriminado desses produtos e pressionou assembleias legislativas de diferentes estados (Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e São Paulo), o que contribuiu para o surgimento de leis estaduais. Consequentemente, a Andef lançou uma campanha publicitária de abrangência nacional voltada ao convencimento da necessidade e da urgência em se utilizar os agrotóxicos como instrumento seguro do controle de pragas.

Este capítulo tem como objetivos i) resgatar a história do debate em torno do uso de agrotóxicos no Brasil, entre os anos 1960 e 1980; ii) identificar o desempenho econômico da agricultura brasileira, em termos de participação relativa no PIB, no período 1960-1980; e iii) analisar as estratégias de comunicação utilizadas pela ANDEF, dentro do contexto de difusão da Revolução Verde, identificando os argumentos utilizados para responsabilizar o agricultor pelos problemas decorrentes do uso de agrotóxicos e voltados ao convencimento da necessidade e da urgência na adoção do uso desses produtos.

2.1 COMUNICAÇÃO E IDEOLOGIA

Com o objetivo de apresentar uma breve revisão de uma parte da literatura direcionada ao estudo do processo de ação comunicativa, este item divide-se em três

partes. O primeiro faz um recorte da "Teoria da Ação Comunicativa", de Habermas, de ideias importantes a respeito da ação comunicativa e do processo de racionalidade. O segundo aborda o processo de convencimento de um público heterogêneo (auditório universal) proposto por Perelman e Olbrechts-Tyteca. O último aborda a teoria do enquadramento, que trata dos processos de inclusão e exclusão de informações, na construção de argumentos por determinado grupo em situações de conflito de interesse.

2.1.1 Ação comunicativa

A comunicação pressupõe o uso da linguagem como forma de comunicação social e as estratégias de comunicação podem ser observadas como mensagens ideológicas que buscam a aceitação, não apenas de um produto ou serviço, mas de uma determinada visão social de mundo. E a ideologia pode ser entendida como um modo específico de constituição e operação do discurso, que se opõe à crítica, ao questionamento e à possibilidade de ter pressupostos examinados. Marcondes (2012, p.124, 133) define ideologia como falso consenso ou situação de discurso distorcida, no qual falante e ouvinte não se encontram em posição igual em relação ao acesso às regras. Entretanto, este falso consenso deve manter o aspecto de verdadeiro, ocultando o conflito presente nessa assimetria para que a aparência de comunicação se mantenha e o efeito ideológico se produza.

De acordo com Habermas (2012a, p.31; 2012b, p. 233) o conceito de racionalidade encontra seus fundamentos nos processos de comunicação intersubjetiva. Nestes, os participantes buscam seus interesses individuais respeitando a condição de harmonizarem seus planos com uma definição comum de situação. A negociação desta definição é, assim, um elemento essencial do complemento interpretativo requerido pela ação comunicativa. O autor destaca as situações onde se faz necessário negociar essa definição ou quando as tentativas de entendimento fracassam. Nestes casos, a obtenção do consenso², que é normalmente condição para

² Na visão de Habermas (2012b, p.221) consenso é o reconhecimento intersubjetivo da pretensão de validade que o falante une a uma exteriorização.

a persecução de um objetivo, se transforma em um fim. Para o autor, a racionalidade "tem menos a haver com a posse do conhecimento do que com a maneira pela qual os sujeitos capazes de falar e agir adquirem e empregam o saber". Desta forma,

a racionalidade remete à prática argumentativa como instância de apelação que possibilita dar prosseguimento ao agir comunicativo com outros meios, quando não se pode mais abrandar um dissenso por meio das rotinas do dia a dia, mas ainda se deve, não obstante, decidir sobre ele sem o emprego imediato ou estratégico de violência. (IDEM, 2012a, p.48)

No lugar de uma força empiricamente motivadora com potencial sancionador, Habermas (2012, p. 33 e 532) explica que surge uma força racionalmente motivadora, ligada à asseguuração de pretensões de validade³, sempre que o papel ilocucionário não expressar uma pretensão de poder, mas uma pretensão de validade. Assim, a mensuração da racionalidade de uma expressão linguística pode ser calculada pelas "relações internas entre o teor do significado, as condições de validade e as razões que precisam ser acrescentadas, seja em prol de sua validade, da verdade do enunciado ou da eficácia da regra e ação".

Consequentemente, a racionalidade de uma expressão linguística é caracterizada pelo fato de suas pretensões de validade estarem sujeitas à crítica. São três os critérios de alcance universal que podem confrontar as ações de fala:

i) sob o aspecto da correção, que o falante reivindica em favor de sua ação mediante referência a um contexto normativo (ou então, de maneira mediata, em favor dessas próprias normas; ii) sob o aspecto da veracidade, que o falante reivindica em favor da externalização de vivências subjetivas a que ele tem acesso privilegiado; e iii) por fim sob o aspecto da verdade, que o falante reivindica com sua externalização em favor de um enunciado (ou em favor das suposições de existência do teor de um enunciado nominalizado). (HABERMAS, 2012a, p. 531)

³ O significado de válido, neste contexto, pode ser visto com um componente do mundo objetivo, interpretado consensualmente; como componente normativo do mundo social, reconhecido intersubjetivamente; ou como componente privado de um mundo subjetivo, ao qual se tem acesso privilegiado (HABERMAS, 2012b, p.223).

Assim, um falante pode motivar racionalmente um ouvinte a aceitar a oferta de seu ato de fala porque pode dar "a garantia de que, se necessário, poderá apontar razões convincentes e sustentáveis em face de uma crítica que o ouvinte possa apresentar contra a pretensão de validade" (HABERMAS, 2012a, p. 523).

Na busca por uma definição de "agir comunicativo", Pinto (1995, p.80) resume a ideia construída por Habermas:

Em síntese, podemos dizer então que, para Habermas, a ação comunicativa surge como uma interação de, no mínimo dois sujeitos, capazes de falar e agir, que estabelecem relações interpessoais com o objetivo de alcançar uma compreensão sobre a situação em que ocorre a interação e sobre os respectivos planos de ação com vistas a coordenar suas ações pela via do entendimento. Neste processo, eles se remetem a pretensões de validade criticáveis quanto à sua veracidade, correção normativa e autenticidade, cada uma destas pretensões referindo-se respectivamente a um mundo objetivo dos fatos, a um mundo social das normas e a um mundo das experiências subjetivas.

A respeito desta ação, três aspectos são delineados por Habermas (2012a, p. 61): processo, procedimento e produto. Quanto ao primeiro aspecto, a argumentação é vista como um prosseguimento reflexivamente direcionado do agir que se orienta por outros meios ao entendimento. "Sob o aspecto processual, a intuição fundamental que vinculamos à argumentação pode caracterizar-se em primeiro lugar por meio da intenção de convencer um auditório universal e de obter concordância geral em face de uma exteriorização". (IDEM, 2012a, p.63)

Quanto ao segundo aspecto analítico, ao se considerar a argumentação como um procedimento, tem-se uma maneira de interação regulamentada.

O processo de entendimento discursivo passa a ser normatizado sob a forma cooperativa de uma divisão do trabalho entre proponentes e oponentes. Isso ocorre, então, de maneira que os partícipes: i) tematizem uma pretensão de validade problemática; ii) assumam um posicionamento hipotético, ao estarem desonerados da pressão acional e experiencial; e iii) chequem mediante razões, e tão somente mediante elas, se a pretensão defendida pelo proponente tem razão de subsistir ou não. (HABERMAS, 2012a, p.61)

Sob esse aspecto, com a intenção de pôr fim à controvérsia em torno das pretensões de validade hipotética, tem-se um comum acordo - situação em que o ouvinte aceita uma oferta de fala - racionalmente motivado.

Por fim, no que se refere ao terceiro ponto de vista, a fala argumentativa é voltada à produção de argumentos procedentes e convincentes, em razão de propriedades intrínsecas com o que é possível resolver ou refutar pretensões de validade. Argumentos são meios com os quais é possível obter o reconhecimento intersubjetivo de uma pretensão de validade levantada pelo proponente de forma hipotética, com eles pode-se transformar opinião em saber (IDEM, 2012a, p.61).

O conceito de ação comunicativa, como interação que almeja a coordenação de ações pela via do entendimento, requer a definição do contexto no qual este ocorre. Para isso, Habermas (2012b, p.216) utiliza o conceito de "mundo da vida" no qual existem duas dimensões na sociedade que se interpelam: o mundo da vida, onde o processo comunicativo se dá; e o sistema, caracterizado pela organização estratégica econômica e política, onde impera a não linguagem, a não discussão.

A primeira dimensão é o "pano de fundo" das ações comunicativas. Ela é constituída por um saber implícito, não problemático e que não atinge o limiar dos pronunciamentos comunicativos que podem ser válidos ou não. Na perspectiva dos participantes, o mundo da vida aparece como horizonte formador de contextos para processos de entendimento.

Sob o aspecto funcional do entendimento, o agir comunicativo se presta à transmissão e à renovação de um saber cultural; sob o aspecto da coordenação da ação, ele possibilita a integração social e a geração de solidariedade; e, sob o aspecto da socialização, o agir comunicativo serve à formação de identidades pessoais. (HABERMAS, 2012b, p.252)

A esses processos de reprodução cultural, de integração social e de socialização, correspondem os componentes estruturais do mundo da vida: cultura, sociedade e pessoa.

A cultura constitui o estoque ou reserva de saber, do qual os participantes da comunicação extraem interpretações no momento em que tentam se entender sobre algo no mundo. Defino a sociedade por meio das ordens legítimas pelas quais os participantes da comunicação regulam sua pertença a grupos sociais, assegurando a solidariedade. Interpreto a personalidade como o conjunto de competências que tornam um sujeito capaz de fala e de ação - portanto, que o colocam em condições de participar de processos de entendimento, permitindo-lhe afirmar sua identidade. (HABERMAS, 2012b, p.252 e 253)

Ressalta-se ainda que cabe ao agir comunicativo a reprodução das estruturas simbólicas do mundo da vida.

No processo de evolução da sociedade, a racionalização do mundo da vida se dá por meio da consequente libertação do potencial de racionalidade contido na ação comunicativa. A ação orientada para entendimento torna-se cada vez mais independente dos contextos normativos. E os meios básicos da linguagem acabam sendo substituídos por meios deslinguistificados (dinheiro e poder). Assim, acontece uma cisão entre mundo da vida e sistema, dando autonomia às organizações com uma demarcação que as neutraliza frente às estruturas simbólicas do mundo da vida (HABERMAS, 2012b, p.233).

Nesse contexto ocorre uma separação, da ação orientada para o entendimento, daquela orientada para o sucesso, a qual abre espaço para que a coordenação de ações seja feita através dos meios de comunicação deslinguistificados.

Esta ação estratégica que desatrela-se dos mecanismos de alcançar o entendimento e demanda por uma atitude objetivante inclusive no campo das relações interpessoais é promovida a modelo para lidar metodologicamente com uma natureza objetivada cientificamente. Na esfera instrumental, a atividade dirigida a fins⁴, ao retirar sua legitimidade do sistema científico, fica livre das restrições normativas. (HABERMAS, 1987, p. 196).

Assim, a racionalização progressiva da sociedade depende da institucionalização do progresso científico e técnico. Técnica e ciência passam a ocupar as esferas institucionais da sociedade e as transformam por meio de um discurso legitimador baseado em uma pretensa objetividade (HABERMAS, 1987, p.45).

Nas palavras de Habermas (1987, p. 47;48) a racionalidade torna-se o critério apologético em que as relações de produção podem justificar-se como um enquadramento institucional funcionalmente necessário. As forças produtivas já não funcionam em prol de um "esclarecimento político como fundamento da crítica das legitimações vigentes, mas elas próprias se convertem em base da legitimação". A dominação perde assim seu caráter explorador e opressor e torna-se racional. "As relações de produção existentes se apresentam como a forma de organização tecnicamente necessária de uma sociedade racionalizada".

⁴ Para Habermas (1987, p.46), a ação racional dirigida a fins é, segundo sua própria estrutura, exercício de controle.

Hoje, a dominação eterniza-se e amplia-se não só mediante a tecnologia, mas como tecnologia; e esta proporciona a grande legitimação ao poder político expansivo, que assume em si todas as esferas da cultura. (HABERMAS, 1987, p.49)

Essa racionalização torna-se útil e necessária na coordenação de um sistema ou de uma cadeia produtiva na qual o processo de transmissão de informações, estímulos e controles, orienta o movimento dos atores de acordo com os objetivos traçados pelos líderes. A escolha da estratégia de coordenação por parte das empresas é influenciada por vários fatores como: competitividade, rentabilidade, eficiência técnica e operacional, considerações patrimoniais, satisfação dos consumidores, ambiente institucional. Este último aspecto é o mais relevante para este trabalho no qual a segurança alimentar surge como um *leitmotiv* de legitimação dos atores, tanto públicos quanto privados, envolvidos na cadeia de regulação, produção e comercialização de alimentos. E da parte dos atores privados a propaganda torna-se um instrumento fundamental no processo de coordenação da cadeia produtiva, no sentido de definir e operar mecanismos que reduzam conflitos, contradições e custos de transação entre os agentes (SILVA; SOUZA FILHO, 2007, p. 17, 19).

2.1.2 A nova retórica

Retomando os três aspectos - processo, procedimento e produto - da ação comunicativa abordados por Habermas (2012, p. 61), do ponto de vista do agir como "processo reflexivo direcionado" e de convencimento de um auditório universal, a "nova retórica" desenvolvida por Perelman e Olbrechts-Tyteca é essencial no entendimento desse processo. Os autores abordam a noção de "auditório" como elemento fundamental, uma vez que defendem a ideia de que toda argumentação visa à adesão dos indivíduos. Dois componentes da argumentação - orador e discurso - são construídos a partir de uma perspectiva sociológica referente ao auditório a ser persuadido (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005 p. 21).

Em relação ao orador, este necessita ter o conhecimento a respeito do auditório, ou seja, daqueles indivíduos que pretende conquistar. Todo orador que deseje persuadir um determinado auditório deve adaptar-se a ele (2005, p.23). Quanto ao

segundo elemento, o discurso, a existência de uma linguagem em comum, de uma técnica que possibilite a comunicação, parece ser o mínimo indispensável à argumentação. Na maioria das situações, o orador necessita persuadir o que os autores denominam de “auditório universal”⁵. Neste caso, o orador deverá utilizar argumentos múltiplos para conquistar os diversos elementos de seu auditório (2005, p.17, 24). Esta argumentação “deve convencer o leitor do caráter coercivo das razões fornecidas, de sua evidência, de sua validade intertemporal absoluta, independente das contingências locais ou históricas” (2005, p.35). Neste sentido, os autores trabalham com a ideia de que cabe ao auditório o papel principal para determinar a qualidade da argumentação e o comportamento dos oradores.

Outros elementos relevantes tratados por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p.35) são: o acordo e a escolha de dados. Em relação ao primeiro, tanto o desenvolvimento como o ponto de partida de uma argumentação pressupõem o acordo do auditório. Este é aquilo admitido como comum, como “socialmente aceito”, desde o início da argumentação para provocar ou aumentar a adesão dos indivíduos às ideias que se apresentam. Para eles, uma argumentação eficaz é:

(...) a que consegue aumentar essa intensidade de adesão de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará no momento oportuno. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p.50)

Em relação ao segundo elemento, a escolha de dados, permite selecionar os elementos persuasivos utilizados na comprovação da argumentação escolhida. Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p. 56, 133, 143) explicam que uma das preocupações do orador é a de tornar presente o que está efetivamente ausente e que considera importante para a sua argumentação. No entanto, explicam que “a importância da presença na argumentação não se expressa somente de um modo positivo; a supressão deliberada da presença constitui um fenômeno igualmente marcante” (IDEM, 2005, p.134).

A escolha dos dados é parte da produção de argumentos procedentes e convincentes citada por Habermas, na visão de ação comunicativa como produto. Além

⁵ Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) o auditório heterogêneo composto de indivíduos diferenciados pelo caráter, vínculos ou funções.

disso, esse processo de construção pode também ser analisado a partir do conceito de *framing*.

2.1.3 Framing como estratégia de comunicação

O referencial teórico que trata a respeito do processo de *framing* - enquadramento - abrange diferentes autores que se dedicam ao estudo da construção de argumentos. Para Entman (1993, p.52) essa teoria envolve processos de seleção e de ênfase. "Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes no texto comunicativo de tal modo a promover a definição de um problema particular de interpretação causal, avaliação moral ou recomendação de tratamento para o item descrito". Na intenção de definir o *framing*, Kaufman *et al* (2003, p.2) referem-se à "criação de quadros - limite dentro do qual toda imagem é exibida. Para Hallahan (1999, p.207) *framing* pode ser interpretado como a moldura de uma janela ou de um retrato desenhado, que realiza processos de inclusão e de exclusão de informações que delimitam o assunto.

Neste processo de seleção das informações escolhidas e salientadas, bem como das informações deixadas de fora do *framing*, dois elementos são relevantes para o entendimento da construção de um quadro: a linguagem e o silêncio. Para Marcondes (2012, p.39, 46 e 48) "a linguagem deve ser entendida como prática social concreta, como um sistema de atos simbólicos realizados em determinado contexto social com objetivo preciso, produzindo certos efeitos e consequências", a partir de um conjunto de regras e convenções pragmáticas com origem nas crenças, valores e interesses de determinado grupo. A linguagem aparece, no entanto, como neutra, isenta, objetiva e universal, ocultando essa relação com interesses específicos.

Quanto ao silêncio Orlandi (2007, p.14, 23 e 32) destaca que este não é o "nada, o vazio sem história", nem é apenas mero complemento da linguagem. Para o autor o silêncio é observado como detentor de significância própria e indica que o "sentido pode ser outro ou ainda que aquilo que é mais importante nunca se diz". Partindo dessa perspectiva, a linguagem é vista como "conjunção significante produzida pelo homem para domesticar a significação":

O ato de falar é o de separar, distinguir e, paradoxalmente, vislumbrar o silêncio e evitá-lo. Esse gesto disciplina o significar, pois já é um projeto de sedentarização do sentido. A linguagem estabiliza o movimento dos sentidos. No silêncio, ao contrário, sentido e sujeito se movem largamente. (ORLANDI, 2007, p.27)

O silêncio neste caso tem a função de selecionar o conteúdo a ser transmitido pela omissão daquilo que convém ao comunicante. Stern (1996, p.6) defende que o que não é explicitamente apresentado no texto é tão importante quanto o que está na superfície, em que o significado flui a partir da tensão entre o declarado e o não declarado.

A aplicação desse processo de inclusão e exclusão de informações é comumente utilizada em situações de conflito de interesses onde cada grupo tem sua própria percepção e compreensão a respeito do tema. Neste sentido cada um possui um conjunto de lentes por meio do qual enxerga de modo diferente a relevância, prioridades, oportunidades e riscos envolvidos em uma determinada questão (KAUFMAN *et al*, 2003, p.2). Neste contexto o *framing* pode ser utilizado de duas maneiras: i) para manipular e convencer; ii) para conceituar e interpretar.

Em relação ao primeiro uso, Entman (1993, p.52) expõe que certos conflitos podem ser resolvidos com a ajuda de quadros que definem problemas, oferecem e justificam tratamentos para estes problemas e preveem seus prováveis efeitos. Assim os atores podem utilizar o *framing* para delinear o significado de um assunto no intuito de afirmar algo como verdadeiro em relação a outras interpretações possíveis (FAIRHUST, 2005, p.168). Os quadros contribuem assim para moldar as perspectivas pelas quais as pessoas enxergam o mundo, funcionando como gestores de significados e construtores da realidade social, por meio da composição de um consenso nas avaliações existentes em torno de um conflito (HALLAHAN, 1999, p. 207). O segundo uso do *framing* se dá como ferramenta para interpretar e compreender as percepções e objetivos de cada um dos atores envolvidos em um determinado problema (KAUFMAN *et al*, 2003, p.2).

Hallahan (1999) identifica sete tipos de *framing* que os atores podem construir em suas estratégias de comunicação: situacionais; atributos; escolhas; ações; questões; responsabilidade; e notícias. Estas categorias não são mutuamente exclusivas e na maioria dos casos são utilizadas em combinação. Três destas são

especialmente importantes para esse trabalho: os *framings* de escolhas, de ações, e de responsabilidade.

O primeiro tipo de *framing* estrutura a maneira pela qual as pessoas pensam a respeito das escolhas quando existem duas opções independentes e algum nível de incerteza ou risco. Tversky e Kahneman⁶ *apud* Hallahan (1999, p.214) explicam que a tomada de decisão humana é intrinsecamente não racional, uma vez que a perspectiva de perda tem impacto muito maior sobre a tomada de decisão do que a perspectiva de um ganho equivalente. Nesse sentido, a aversão ao risco, significa que as pessoas vão assumir riscos maiores quando as escolhas são expressas em termos de perdas.

O segundo *framing* estrutura a maneira pela qual as pessoas pensam a respeito das ações alternativas e é realizado em contextos persuasivos para maximizar a cooperação. A probabilidade que uma pessoa haja de acordo com determinado objetivo é influenciada pela existência de alternativas colocadas em termos positivos ou negativos, onde as ações desejadas são colocadas de forma mais vantajosa (IDEM, 1999, p. 215).

Já o *framing* de responsabilidade refere-se à manipulação hábil de informações negativas. Quando existe o envolvimento com questões controversas, uma organização pode adotar estratégias que evitem sua responsabilidade, retratando seu papel de forma que demonstre maximização de benefícios e redução de culpa (IBIDEM, 1999, p. 220, 227).

No que diz respeito às diferentes percepções de riscos, Elliott (2003, p.214) explica que, apesar de existir um consenso generalizado de que a redução de exposição aos riscos é desejável, a tomada de decisões muitas vezes é baseada em *trade-offs*. Alguns *framings* podem abordar situações que envolvem riscos crescentes em um determinado aspecto, mas são justificados na medida em que permitiram uma redução significativa de outro risco. Entretanto o autor alerta:

Quando se fala em risco está se referindo a um julgamento e não a uma entidade física sujeita a percepção sensorial direta. As percepções de risco dependem fortemente de avaliação da probabilidade de um evento e da gravidade do impacto, se o evento ocorrer. Uma vez que os riscos não são diretamente percebidos, e sim, interpretados a partir de fenômenos

⁶ KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263–291.

observados, os quadros são determinantes poderosos da percepção de risco das pessoas. (ELLIOTT, 2003, p.215)

No enquadramento, a alternativa proposta é colocada como um ganho, o que faz com que a sociedade aceite a opção de um risco porque de alguma forma acredita que irá deixar de perder com a escolha feita (IDEM, 2003, p. 218). Nas decisões relacionadas a questões ambientais, econômicas e de saúde, a contribuição de especialistas pode ser indispensável devido ao conteúdo altamente técnico dos temas (KAUFFMAN *et al*, 2003, p. 223). Entretanto, em muitos casos os tomadores de decisão e o público ficam diante de evidências contraditórias. As pessoas podem facilmente avaliar os méritos de informações não técnicas, mas quando estão diante de informações técnicas, a avaliação não é tão simples. Kauffman *et al* (2003, p.227) explicam que, na maioria dos casos, ao invés de utilizarem tempo e recursos escassos na investigação, os tomadores de decisão aplicam estratégias de avaliação da credibilidade no método científico ou em quem ⁷ produz essas informações. Ocasionalmente esta atitude pode conduzir à rejeição de resultados confiáveis ou à aceitação de informações errôneas, o que acaba distorcendo o processo de decisão e seus resultados.

Esses processos de enquadramento não ocorrem num vácuo político, mas são constantemente utilizados pelos interesses organizados, nos quais as decisões políticas não são ditadas impositivamente pelo Estado e nem são tomadas a partir do livre jogo das forças de mercado. Para Lembruch⁸ *apud* Araújo e Tápia (1992, p.17) as decisões e a formação de políticas dão-se a partir de uma orquestração de interesses entre as organizações envolvidas e a autoridade pública.

Carragee e Roefs (2004, p.217, 221 e 222) tratam da relação entre os quadros expostos na mídia e as questões de poder político e social. Segundo os autores a mídia molda a forma de as pessoas pensarem sobre as questões sociais. Os meios de

⁷ Produtores de informação com credenciais acadêmicas ou aqueles que trabalham para organizações de renome são vistos como especialistas com credibilidade. Normalmente aqueles que trabalham para universidades públicas são considerados mais confiáveis do que os que trabalham para políticos ou empresas privadas (KAUFFMAN *et al*, 2003, p. 227).

⁸ LEHMBRUCH, G. (1982) "Introduction: Neo-Corporatism in Comparative Perspective", in G. Lehmbruch and P. C. Schmitter (eds.) *Patterns of Corporatist Policy-Making*, Beverly Hills and London, Sage Publications.

comunicação são arenas de disputa entre vários atores com diversos interesses. Neste sentido o estudo da construção da realidade através do *framing* envolve necessariamente um estudo do poder, pois a distribuição dos recursos econômicos, políticos e culturais patrocina e molda a construção social do significado. E, ao final dessa construção, os “quadros” são incorporados ao senso comum ou como descrições transparentes da realidade, e não como interpretações. Estes autores adotam o conceito de hegemonia - processo pelo qual as elites dominantes garantem consentimento para a ordem estabelecida através da produção e difusão de significados e valores. A hegemonia manifesta-se como um processo, pois é constantemente desafiada e tem de ser continuamente renovada, recriada, defendida e modificada.

Nesse contexto, os quadros construídos não são estáticos, mas mudam com o passar do tempo em situações nas quais as informações apresentam-se incongruentes ou onde possam surgir explicações mais plausíveis (HALLAHAN, 1999, p. 229). Kauffman *et al* (2003, p.5) explicam que as mudanças intencionais podem ocorrer nos processos de reconciliação, negociação ou resolução conjunta de problemas e é chamada de *reframing* - "reenquadramento".

2.2 A REVOLUÇÃO VERDE

Nas décadas de 1950 e 1960 implementou-se, em vários países, um processo cujo objetivo era o aumento da produtividade agrícola conhecido como Revolução Verde,⁹ apoiada em uma promessa de aumento da oferta de alimentos que proporcionaria a erradicação da fome. Suas premissas seriam atingidas com a implantação de um novo padrão tecnológico baseado por meio da adoção de um "pacote moderno" de insumos químicos (agrotóxicos e fertilizantes), biológicos (sementes de alto rendimento) e mecânicos (máquinas e implementos agrícolas).

⁹ Segundo MCMICHAEL (2009, p.284) a literatura divide a história dos regimes alimentares em três períodos: i) 1870-1930; ii) 1950-1970; iii) 1980 até os dias atuais. O segundo regime alimentar caracterizou-se pela disseminação global da agricultura industrial através da chamada Revolução Verde.

A Revolução Verde¹⁰ substituiu o antigo paradigma tecnológico¹¹ caracterizado pela agricultura de subsistência. De acordo com Parayil (2003, p.971 a 975) esse processo refere-se à um grande projeto norte-americano de transferência de tecnologia agrícola e de assistência internacional no período da Guerra Fria para melhorar a produtividade dos agricultores do Terceiro Mundo, principalmente na Ásia e na América Latina.

Este item tem como objetivo descrever o contexto das raízes da moderna agricultura brasileira, na década de 1960, a partir do modelo da "Revolução Verde", fundado no tripé: pesquisa agrícola pública, extensão rural e crédito rural subsidiado (BUAINAIN *et al*, 2013, p.108). Está dividido em quatro partes: i) Promessa de erradicação da fome; ii) Pesquisa agrícola; iii) Extensão rural; e iv) Crédito rural.

2.2.1 A promessa de erradicação da fome

A Revolução Verde teve início nos EUA, no início do século XX, quando a taxa de crescimento da produtividade da mão de obra começou a diminuir, o que ocasionou o aumento do preço dos produtos agrícolas em relação ao nível geral dos preços. Segundo Hayami e Ruttan (1988, p.244) a agricultura americana estava entrando num período de retornos decrescentes mesmo com o fluxo contínuo de nova tecnologia mecânica. Esses acontecimentos prepararam o cenário para "um aumento espetacular de investimentos do setor público na pesquisa agrícola e para progressos na tecnologia biológica".

Como consequência, após a II Guerra Mundial a indústria de fertilizantes se consolidou - com métodos químicos eficientes de fixação química do nitrogênio - e a indústria de agrotóxicos iniciou sua trajetória em escalada exponencial - propiciada pelos avanços no uso de moléculas organo-sintéticas, como o DDT¹² e o BHC

¹⁰ A Revolução Verde foi descrita como sendo uma trajetória tecnológica por Parayil (2003). Vanloqueren e Baret (2006) contam que vários autores têm utilizado o conceito de paradigmas para analisar modelos no setor agroalimentar.

¹¹ O conceito de paradigma tecnológico foi apresentado pela primeira vez por Dosi em 1982. Na visão do autor este pode ser entendido como "um modelo de solução de problemas tecnológicos selecionados, baseados em princípios selecionados, derivados das ciências naturais, e em tecnologias materiais selecionadas" (DOSI, 2006, p.41).

¹² O DDT foi introduzido em 1940, inspirando o desenvolvimento de vários organoclorados. Em seguida, desenvolveram-se os organofosforados pela Bayer, sendo o principal produto o Parathion (1944). Este

(SALLES-FILHO, 1993, p.19). A tecnologia dos agrotóxicos é proveniente das armas químicas - como o gás de nervos e o gás mostarda - desenvolvidos e produzidos em larga escala na Europa e nos EUA durante as Guerras Mundiais. Esses produtos utilizados para aniquilar seres humanos passaram a ser aplicados, anos mais tarde, nas lavouras do mundo inteiro.

As maiores empresas da indústria química europeia e norte-americana logo descobriram o poder letal de seus novos produtos contra as pragas da agricultura e partiram para o desenvolvimento técnico e comercial de venenos "modernos" para a agricultura, baseados nos mesmos compostos e processos químicos utilizados na produção de armas químicas. (BULL;HATHAWAY, 1986, p.150)

Hobbelink (1990, p.61) descreve que os cultivares considerados de alta produtividade reagiram favoravelmente a quantidades crescentes de fertilizantes químicos e passaram a demandar grande volume de agrotóxicos no combate à pragas e às doenças.

Nesse período, EUA e União Soviética estavam em um momento de disputa e conflitos indiretos de ordem política, militar, tecnológica, econômica, social e ideológica. Diante da chamada Guerra Fria, dada a impossibilidade de resolver o confronto pela via tradicional, que envolveria uma batalha nuclear, os dois países passaram a disputar influência política, econômica e ideológica em todo mundo.

Assim, as aspirações nacionais dos governos de países em desenvolvimento na busca pela autossuficiência alimentar foram catalisadores do regime de desenvolvimento e transferência de tecnologias da Revolução Verde. No mesmo sentido Parayil (2003, p.986) explica "as contingências da Guerra Fria levaram os EUA a encontrar uma solução tecnológica para evitar a insurreição liderada pela fome e uma possível revolução comunista liderada por países chave do Terceiro Mundo".

Em 1951 o relatório intitulado *"The World Food Problem, Agriculture and the Rockefeller Foundation"* identificou, por exemplo, a relação entre a fome e o apelo ao comunismo nas Filipinas. Brian (2012, p.1723) defende que os EUA desempenharam um importante papel na luta entre o capitalismo e o comunismo ao voltarem suas atenções para países como esse (BRIAN, 2012, p.1723).

deu origem a novos inseticidas organofosforados. No campo dos herbicidas surgiram os ácidos fenoxi-acéticos, de onde surgiu em 1944 o 2,4-D (SALLES FILHO, 1993, p.21).

Parayil (2003, p.975) conta que muitos países asiáticos, na década de 1960, apresentavam uma produtividade agrícola muito baixa e tiveram sua situação agravada por secas que culminaram numa situação de "quase fome", o que obrigou esses países a dependerem de alimentos importados. Essa situação alimentar e a pesada pressão externa de países doadores de ajuda forçaram os governos desses países a introduzir uma nova política agrícola voltada ao aumento da produtividade de alimentos.

O objetivo era transferir e desenvolver conhecimentos e capacidade de investigação em inovação agrícola e transferência de novas práticas agrícolas e insumos tecnológicos necessários aos agricultores em países estrategicamente importantes do Terceiro Mundo. (PARAYIL, 2003, p.974)

Através dos aparentes objetivos generosos e humanitários da Revolução Verde ocultavam-se, então, poderosos interesses econômicos. Brum (1988, p.48) explica que, além da defesa contra o comunismo, esse processo serviu de carro chefe para ampliar mundialmente a venda de insumos agrícolas modernos: máquinas, implementos, fertilizantes e agrotóxicos. Assim, a substituição do modelo tradicional agrícola pelo moderno, no Terceiro Mundo, significou a abertura de importantes fontes para a ampliação do mercado de insumos agrícolas.

Na visão de BUAINAIN *et al* (2013, p.112) essas mudanças "viabilizaram o crescimento da produção agropecuária, afastando o fantasma malthusiano que ameaçava aquelas sociedades com a ameaça da fome catastrófica e disseminada". Os partidários desse processo argumentavam que a única maneira de enfrentar a pressão do crescimento populacional sobre a quantidade de alimentos disponíveis passava pela inovação tecnológica.

O uso da fome como argumento nesse período histórico pode ser observado como o ponto de partida da análise retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p.35). Para os autores o início de uma determinada argumentação é algo admitido como comum, como "socialmente aceito", por um grupo heterogêneo (auditório universal). Nesse caso o orador (EUA) cria o auditório universal (Terceiro Mundo) em função do que é legítimo para os indivíduos a quem pretende persuadir, buscando promover valores socialmente aceitos, neste caso, a promessa de erradicação da fome.

Assim o combate à fome como um problema emergencial global a ser resolvido por meio da ampliação da oferta de alimentos com a difusão de técnicas agrícolas mais eficientes, constituiu-se no fundamento ideológico para a difusão da Revolução Verde no contexto da Guerra Fria (PERKINS, 1997).

2.2.2 A pesquisa agrícola

Nos anos 1920 o modelo de pesquisa agrícola estadunidense, utilizado durante a Revolução Verde, teve sua origem a partir de programas de melhoramento de milho híbrido. Na década seguinte os EUA passaram a comercializar esse produto em escala considerável. Na visão de Salles-Filho (1993, p.24) a introdução de milho híbrido no mercado, em 1935, foi o principal evento ligado à pesquisa e à produção comercial de sementes na primeira metade do século passado. Na década de 1950 mais de três quartos da área total de plantação desse produto, naquele país, já era feita com sementes híbridas. Assim, a agricultura estadunidense passou de "empreendimento baseado no uso intensivo de recursos para um empreendimento intenso em tecnologia" (HAYAMI & RUTTAN, 1988, p. 250 e 254).

O desenvolvimento e a difusão de variedades comerciais de milho híbrido caracterizaram-se pela evolução da pesquisa, do desenvolvimento, da distribuição e de um sistema educacional cada vez mais complexo. O padrão institucional que surgiu para a organização dessa pesquisa baseou-se na experiência alemã. Esse processo envolveu:

uma estreita cooperação entre a pesquisa do setor público, as agências de extensão, uma série de organizações produtoras de sementes - pública, semi-pública e fundações de cooperativas -, pesquisa do setor privado e agências de comercialização. (IDEM, 1988, p. 250)

Nos anos 1950 o setor privado acabou tornando-se a fonte dominante da pesquisa de milho híbrido nos Estados Unidos. O papel desse setor no melhoramento das variedades, na produção e na distribuição de sementes resultou na maior alocação de recursos para o alcance de incrementos de produtividade desse produto (IBIDEM, 1988, p. 250). No entanto, Brian (2012, p.1718) destaca que esse fato é uma anomalia

se comparado às fontes de financiamento utilizadas anos depois nos demais países. No cenário mundial, a pesquisa em melhoria e distribuição de sementes foi dominada pelo setor público até o final do século XX.

Com o término da II Guerra Mundial, o novo modelo tecnológico agrícola estava consolidado nos Estados Unidos e a Revolução Verde passou a ser difundida para outros países. Esse processo deu-se a partir dos Centros Internacionais de Pesquisa Agrícola financiados por fundações privadas. Esse programa de desenvolvimento foi idealizado pela Fundação Rockefeller. Segundo Brum (1988, p.44 e 45) a Fundação Rockefeller patrocinou inicialmente projetos-piloto¹³ no México, nas Filipinas e nos Estados Unidos. Mas aos poucos essa responsabilidade foi sendo compartilhada ou inteiramente transferida para o poder público dos respectivos países, através de organismos específicos criados para este objetivo. Com o passar do tempo, os interesses das corporações transnacionais foram sendo assumidos como objetivos nacionais pelos países dependentes.

Esses centros de pesquisa foram criados em áreas e países estratégicos, de maneira a abranger as diferentes regiões do mundo. O primeiro país - considerado então como subdesenvolvido - a adotar a Revolução Verde foi o México, em 1943, com um programa de melhoramento de trigo patrocinado pela Fundação Rockefeller (EVENSON; GOLLIN, 2002, p.5). Hobbelink (1990, p.60) conta que os pioneiros dessa tarefa foram quatro cientistas estadunidenses liderados pelo Dr. George Harrar, especialista em doenças de plantas. A continuidade desse trabalho foi feita pelo Dr. Orville Vogel (Departamento de Agricultura dos EUA) e pelo Dr. Norman Borlaug.¹⁴ Ambos trabalharam no cruzamento de cultivares de trigo de alto rendimento com anãs em estações experimentais no México. Em 1963 esses locais de pesquisa transformaram-se no Centro Internacional de Melhoramento de Milho e Trigo¹⁵

¹³ A ação desenvolveu-se em duas dimensões convergentes: i) infraestrutura da produção, sobretudo em relação ao uso de sementes, adubos e equipamentos; ii) controle da articulação dos produtores, através da assistência técnica e orientação do crédito rural (BRUM, 1988, p.45).

¹⁴ Considerado "Pai da Revolução Verde", ganhou o Prêmio Nobel da Paz em 1970, por seu trabalho como pesquisador e por sua contribuição na diminuição da fome mundial.

¹⁵ O Centro Internacional de Melhoramento de Milho e Trigo foi inaugurado em um acordo assinado pelo Ministro da Agricultura do México, Julian Rodriguez Adame; pelo então presidente da Fundação Rockefeller, George Harrar e pelo presidente do México Adolfo Lopez Mateos presidente (BRIAN, 2012, p.1722).

(CIMMYT). Além do Grupo Rockefeller, essa organização foi patrocinada pelo Conselho de Desenvolvimento Agrícola (ADC) e pela Agência Internacional para o Desenvolvimento (AID) com o apoio governamental do México através da Secretaria da Agricultura (BRUM, 1988, p 46).

O êxito dos trabalhos de pesquisa dos cultivares de trigo animaram outros países. Em 1959 foi criado o Instituto Internacional de Pesquisa de Arroz (IRRI) nas Filipinas, por meio de uma parceria entre as Fundações Rockefeller e Ford. O objetivo era o início de uma investigação genética para a produção de variedades de arroz de alta produtividade (Hobbelink, 1990, p.60; BRIAN, 2012, p.1724).

A década de 1960 foi marcada pela vigorosa expansão das atividades de investigação e transferência de tecnologia em vários países da América Latina com a criação dos Sistemas Nacionais de Pesquisa para a Agricultura: INTA - Argentina (1957), ICA - Colômbia (1963), SIPA - Peru (1963) e INIA - Chile (1964) (TRIGO et al, 1985, p. 432; SALLES-FILHO, 1993, p.30).

A ampliação da estrutura nacional de pesquisa pressionou a capacidade de financiamento das fundações Rockefeller e Ford, levando à constituição, em 1971, do Grupo de Consulta para a Pesquisa Agrícola Internacional (CGIAR) - formado pelo Banco Mundial, pela Organização para a Alimentação e a Agricultura (FAO) e pelo Programa para o Desenvolvimento para as Nações Unidas (UNDP). O Grupo teve como patrocinadores nove governos nacionais, dois bancos regionais e três fundações (HAYAMI & RUTTAN, 1988).

No caso brasileiro o Governo criou vários institutos de pesquisa agrícola no final do século XIX e início do século XX. Com a criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária¹⁶ (Embrapa) em 1973, as atividades desses institutos passaram a ser centralizadas em uma única instituição de pesquisa (BRUM, 1988, p 48). Nos primeiros anos a Embrapa concentrou-se no desenvolvimento de pesquisa agropecuária que facilitasse a incorporação na agricultura das tecnologias disponibilizadas pela indústria a montante - máquinas, equipamentos e insumos - e o estreitamento da relação com a

¹⁶ Composta por 38 unidades de pesquisa, três serviços e 13 unidades administrativas. A Embrapa integra e coordena ainda o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), formado pelas Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (OEPAs), universidades e institutos de pesquisa de âmbito federal e estadual e ainda por outras organizações, públicas e privadas, direta ou indiretamente vinculadas à pesquisa agropecuária (EMBRAPA, 2014).

agroindústria exportadora. Na década seguinte novas prioridades foram aderidas, com destaque para a diminuição da dependência externa por tecnologia, na preservação do meio ambiente e no empenho pela pesquisa básica (SALLES-FILHO *et al*, 2000). Diferente dos demais países, não houve a incorporação da pesquisa e extensão agrícola na mesma instituição.

2.2.3 A extensão rural

De um modo geral a extensão rural pode ser vista como a ação de levar aos produtores rurais os resultados dos institutos experimentais de pesquisa agrícola. Na visão de Peixoto (2008, p. 7 a 9) o termo pode ser conceituado de três maneiras: como processo, como instituição e como política. Em relação ao primeiro, a extensão rural pode ser entendida como o "ato de estender, levar ou transmitir conhecimentos de sua fonte geradora ao receptor final: o público rural". Pode ainda ser observada como um processo educativo de comunicação de conhecimentos de qualquer natureza, sejam técnicos ou não. O autor também define extensão rural como instituição, entidade ou organização pública prestadora de Serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater) nos estados. Por fim, explica que pode ser entendida como uma política pública traçada pelos governos (federal, estaduais ou municipais) ao longo do tempo, através de dispositivos legais, podendo ser executada por organizações públicas ou privadas.

Quanto ao surgimento da extensão rural, o modelo estadunidense também serviu de base para a criação e organização desses serviços nos países considerados subdesenvolvidos. No caso brasileiro, em 1948, iniciaram-se os serviços institucionalizados como a implantação do Programa Piloto de Santa Rita do Passa Quatro (São Paulo) e a criação da Associação de Crédito e Assistência Rural (ACAR)¹⁷ de Minas Gerais (Fonseca, 1985, p.60).

Segundo Brum (1988, p. 45) a ACAR - MG foi criada por influência da Fundação Rockefeller com o objetivo de orientar e estimular a implantação de novas técnicas de cultivo entre os produtores rurais. Nos anos seguintes foram criadas instituições idênticas em outros estados como é o caso da Associação Sulina de Crédito e

¹⁷ Entidade civil, sem fins lucrativos, que presta serviços de extensão rural e elaboração de projetos técnicos para obtenção de crédito juntos aos agentes financeiros (PEIXOTO, 2008, p.18).

Assistência Rural (ASCAR) no Rio Grande do Sul. Em 1956 o governo brasileiro criou um organismo de âmbito nacional, a Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR). De acordo com Fonseca (1985, p.117) a tarefa fundamental dessa associação era permitir a perpetuação do trabalho consolidado pelas instituições estaduais existentes e garantir que as novas não se desviassem do eixo condutor - modelo difusionista-inovador.

Em 1974 existiam 23 associações estaduais (QUADRO 1). Juntamente com a ABCAR formavam o Sistema Brasileiro de Extensão Rural (SIBER). Neste mesmo ano, diante de dificuldades de coordenação desse sistema pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), o Siber passou a ser estatizado através da Lei 6.126 /1974 e deu origem à Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER). A mesma lei estabeleceu os objetivos, as fontes de recursos e promoveu a integração da Embrater com a Embrapa (PEIXOTO, 2008 p.23).

DATA DE FUNDAÇÃO	INSTITUIÇÃO
1948	ACAR-MG
1954	ANCAR (CE, PE, BA)
1955	ASCAR-RS, ANCAR (RN, PB)
1956	ABCAR, ACARESC
1958	ACAR-RJ
1957	ACAR-ES
1959	ACAR-GO, ACARPA1
1963	ANCARs: Autonomia de RN, AL, MA e BA
1964	ANCARs: Autonomia de PE, PB e CE
1965	ACAR-Pará, ACAR-MT
1966	ANCAR-PI, ACAR-AM
1967	ACAR-DF
1968	ACAR-AC
1971	ACAR-RO
1972	ACAR-RR
1974	ACAR-AP

QUADRO 1 - EVOLUÇÃO DO SISTEMA BRASILEIRO DE EXTENSÃO RURAL (1948- 1974)
FONTE: ADAPTADO DE: PEIXOTO (2008)

Com a criação da Embrater, as estruturas das associações estaduais foram absorvidas pelos respectivos estados e deram lugar às Empresas de Assistência

Técnica e Extensão Rural (EMATER). No mesmo sentido, o Siber transformou-se no Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural (SIBRATER). A Embrater acabou sendo extinta em 1991. Atualmente o serviço é mantido apenas em nível estadual com as EMATERS (IDEM, 2008, p. 24).

2.2.4 O crédito rural

De forma pioneira, no início da implantação dos serviços no país, a extensão rural colocou em execução programas de crédito rural, em conjunto com algumas instituições financeiras. Segundo Oliveira (1984, p.11) dessa experiência cresceu a convicção de que o crédito rural, quando conjugado com a assistência técnica, poderia constituir-se num poderoso instrumento de modernização da estrutura produtiva rural, a exemplo de experiências análogas de outros países. A institucionalização do crédito rural, em 1965, sob a designação do Sistema Nacional de Crédito Rural - SNCR, "foi considerada um coroamento de todo esforço até então desenvolvido. A expectativa, a partir de então, era multiplicar de forma acelerada o aumento da produção, da produtividade e a melhoria das condições de vida do produtor rural".

O SNCR foi instituído pela Lei N°4.829/1965 e estabeleceu mecanismos de financiamento de custeio ao agricultor desses insumos. Vieira-Filho (2014, p. 404) conta que, com o crescimento de crédito a taxas de juros baixas, no período 1969-1979, o crédito rural transformou-se no principal instrumento de apoio à produção agrícola, saltando de aproximados 32 para 161 bilhões de reais (FIGURA 1):

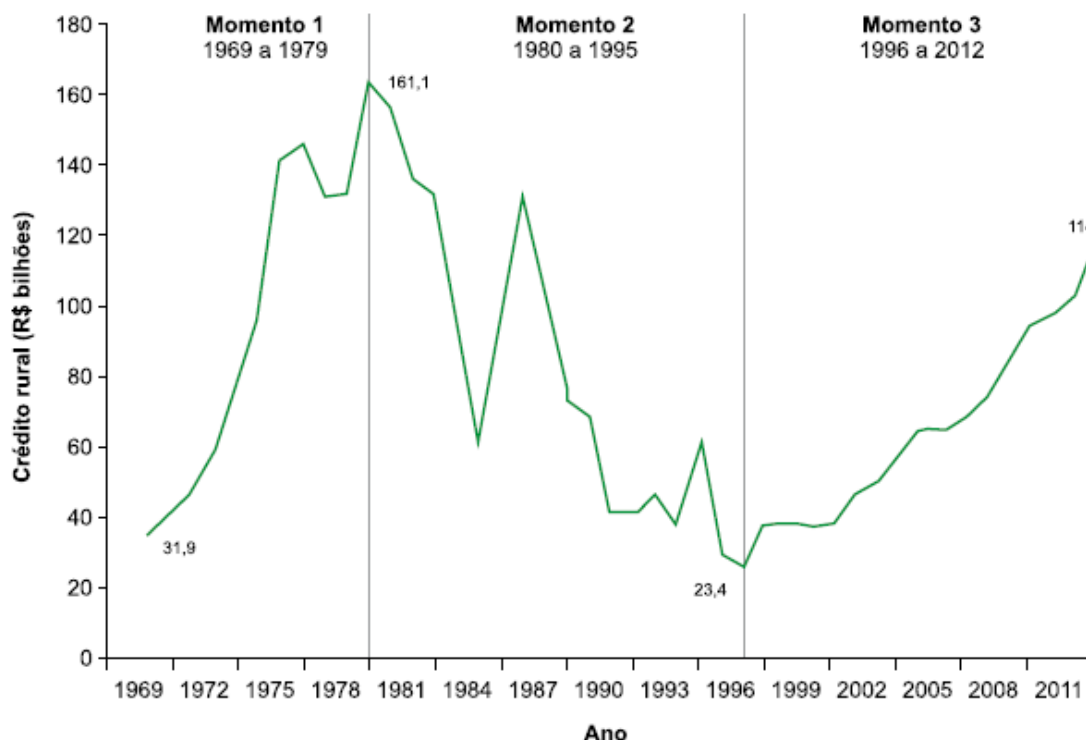


FIGURA 1 - EVOLUÇÃO DA POLÍTICA DE CRÉDITO RURAL NO BRASIL, EM VALORES FINANCIADOS (1969-2012)
 FONTE: Vieira-Filho (2014)

No final da década de 1960 os agrotóxicos eram isentos dos impostos de consumo (ICM, IPI). As importações desses produtos não fabricados no país eram isentas de qualquer taxa e eram reduzidos todos os impostos sobre os de fabricação nacional. Os aviões pulverizadores também ficaram livres dos impostos de importação (BULL; HATHAWAY, 1986, p.155). No decorrer da década de 1970 foi notável a expansão do crédito rural no Brasil, tendo o número de contratos do SNCR crescido 132,3% entre 1970 e 1980 - passando de 1,2 milhão para perto de 2,8 milhões. Já em termos de valor, os financiamentos concedidos a todas as finalidades passaram de Cr\$ 9,2 bilhões em 1970 para Cr\$ 859,2 bilhões em 1980. Em termos reais o aumento foi de 87% (MUNHOZ, 1982).

Segundo Bull e Hathaway (1986, p.156) o SNCR foi o instrumento oficial que garantiu em grande parte o faturamento da indústria de agrotóxicos nos anos 1970. A compra desses produtos pelo agricultor não só era inclusa entre os custos de produção

financiáveis pelo crédito, mas era condição¹⁸ para a sua concessão. Em 1976 esse sistema chegou a financiar 85% das vendas registradas pela Associação Nacional de Defensivos Agrícolas (ANDEF).

Ainda com o propósito de estimular a utilização de agrotóxicos no país, foi criado em 1975, no âmbito do II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PND), o Programa Nacional de Defensivos Agrícolas (PNDA). Este destinava recursos financeiros para a instalação no Brasil de novas empresas produtoras de insumos químicos, fossem elas nacionais ou multinacionais. O PNDA "procurou motivar a internalização de etapas produtivas finais de agrotóxicos, com o intuito de reduzir as importações - principalmente de produtos formulados-,¹⁹ reduzir os preços dos produtos e, se possível, gerar excedentes exportáveis" (SILVEIRA; FUTINO, 1990, p.135).

O PNDA objetivava, segundo Bull e Hathaway (1986, p.153), elevar a participação da produção nacional na demanda interna dos agrotóxicos, já que 78% do volume dos produtos consumidos continuavam sendo importados. No período 1964-1974 a importação passou de 8,9 milhões para 141,2 milhões de dólares - significando uma aumento da ordem de 1.386%. Nesse contexto o Governo concordou com a necessidade de patrocinar quase US\$ 200 milhões em investimentos, até 1980, para atingir as metas de:

- 1) elevar o consumo nacional de agrotóxicos de 101 mil toneladas em 1974 para 230 mil em 1980;
- 2) elevar a produção local para 124 mil toneladas, suprimindo mais da metade do consumo em 1980;
- 3) fomentar a instalação de fábricas para alcançar em 1980 a síntese local de onze novos produtos. (BULL; HATHAWAY, 1986, p.153)

Os autores contam que a efetiva instalação da indústria brasileira de agrotóxicos deu-se a partir da criação desse Programa. No período anterior ao PNDA existiam poucas fábricas. A primeira a fabricar BHC, em 1946, foi a Eletroquímica Fluminense.

¹⁸ No início da década de 1970, o Banco do Brasil tornou obrigatória a destinação de 15% do valor dos empréstimos de custeio para a aquisição dos agrotóxicos (BULL; HATHAWAY, 1986, p.155).

¹⁹ A ação esperada do agrotóxico ocorre pela existência de um ingrediente ativo que incide sobre a atividade biológica dos seres vivos sensíveis a ele. A produção comercial de um agrotóxico envolve a obtenção do ingrediente ativo, cujo processo de síntese irá determinar um composto chamado de produto técnico. A este são adicionados outros elementos químicos (surfactantes, emulsificantes, dispersantes, água, óleo) que garantem a dispersão e a fixação do produto, obtendo-se o produto formulado, aplicados nas lavouras (PELAEZ; TERRA; SILVA, 2010).

Dois anos depois o inseticida Parathion passou a ser produzido pela Rhodia e em 1959 a fábrica Bonsucesso da Diretoria (RJ) começou a fabricar o DDT. Na década de 1950 foram instaladas seis novas fábricas de síntese de agrotóxicos, entre elas a Bayer, em Belfort Roxo (RJ). Já na década de 1960 surgiram apenas quatro novas instalações.

Franco (2014, p.29) conta que a versão preliminar do PNDA - elaborada pela Secretaria de Planejamento da Presidência da República (SEPLAN), pelo Instituto de Planejamento Econômico e Social (IPEA), pelo Instituto de Planejamento (IPLAN) e pela Financiadora de Estudos e Projetos S/A (FINEP) - apresenta uma página de agradecimento à ANDEF: "a equipe encarregada da elaboração do presente documento, agradece a irrestrita colaboração recebida da Indústria de Defensivos Agrícolas, na pessoa de seus dirigentes, e da Associação Nacional de Defensivos Agrícolas".

Consequentemente, no período 1975-1979, a indústria brasileira de agrotóxicos apresentou um grande surto de crescimento em decorrência da implementação desse Programa, bem com--o medidas adotadas na área de política tarifária de importações, em particular a partir de 1977 (BULL; HATHAWAY, 1986, p.157).

2.3 O DESEMPENHO ECONÔMICO DA AGRICULTURA (1960-1980)

Nesse contexto de apoio governamental, exposto no item anterior, entre as décadas de 1960 e 1980, a agricultura brasileira passou por um período de transformação, crescendo a taxas expressivas. Conceição e Conceição (2014, p.8) contam que neste período as produtividades da terra e do trabalho passaram a fazer parte da dinâmica de crescimento do setor. As transformações foram viabilizadas por "uma estratégia definida de modernização do setor guiada pela expansão do crédito rural subsidiado destinado ao acesso de insumos modernos associado ao processo de substituição de importações nas áreas mecânica e química de insumos agrícolas".

Essa fase de transformação teve início durante o período caracterizado pela primeira grande crise²⁰ econômica do Brasil em sua fase industrial. O mecanismo de mudança ocorre no contexto do ajuste recessivo do PAEG contraposto àquela crise

²⁰ Os investimentos e a taxa de crescimento da renda brasileira caíram significativamente (GREMAUD *et al*, 2009, p. 371).

herdada pelos militares. Ocorre que a partir desses ajustes, ao menos até 1967, o país adotou, no geral, uma política econômica restritiva. Procurou-se controlar os gastos públicos, diminuir a liberdade creditícia e combater os excessos da política monetária do período populista. Assim, enquanto os setores da indústria sofriam com o aumento das taxas de juros reais, o setor agrícola era favorecido com a criação do SNCR. Em um ambiente de alta e crescente inflação, os empréstimos fornecidos à agricultura contavam com taxa de juros reais negativas (GREMAUD *et al*, 2009, p. 371).

A década seguinte também foi conturbada do ponto de vista econômico, principalmente devido ao choque do petróleo, em 1973. A reação brasileira, configurada pelo II PND, alterou completamente as prioridades da industrialização do país. De um padrão baseado no crescimento do setor de bens de consumo duráveis, com alta concentração de renda, a economia deveria passar a crescer com base no setor produtor de meios de produção - bens de capital e insumos básicos (GREMAUD *et al*, 2009, p. 402).

O Plano Nacional de Defensivos Agrícolas, criado no âmbito do II PND, contribuiu para que em 1977 a taxa de crescimento da agricultura (12,1%) ultrapassasse a taxa de crescimento da indústria (2,3%) e da economia como um todo (4,6%) (GREMAUD *et al*, 2009, p. 398). O desenvolvimento da ciência e da tecnologia continuaram a impulsionar a agricultura no país, ao longo da década de 1980, a qual apresentou taxas de crescimento superiores às da economia como um todo e da indústria (QUADRO 2).

ANO	PIB	INDÚSTRIA	AGRICULTURA	SERVIÇOS
1980	100	100	100	100
1981	95,75	91,17	107,98	97,51
1982	96,63	91,30	107,75	99,57
1983	93,81	85,91	107,27	99,06
1984	98,90	91,38	110,07	104,37
1985	106,75	99,08	120,59	11,66
1986	114,81	110,73	110,92	120,73
1987	118,99	111,90	127,53	124,78
1988	118,92	109	128,60	127,67
1989	122,73	112,15	132,27	132,30
1990	117,51	103,20	127,53	131,35
1991	118,93	103,20	130,05	134,06

1992	117,86	99,38	136,94	133,92
1993	123,75	108,33	134,34	138,61

QUADRO 2 - TAXAS DE CRESCIMENTO DA ECONOMIA E DOS SETORES PRODUTIVOS NO BRASIL DE 1980 A 1993 (1980 - BASE 100)
 FONTE: GREMAUD ET AL (2009)

2.4 O INÍCIO DO DEBATE AMBIENTALISTA E A OPOSIÇÃO AOS AGROTÓXICOS

Na mesma época em que o consumo de agrotóxicos começava a receber estímulos governamentais no Brasil, Rachel Carson publicou em 1962, nos EUA, sua obra *Silent Spring*, que detalhava os efeitos adversos da utilização de pesticidas e inseticidas químicos sintéticos. De acordo com Lucchese (2005, p.4) essa autora iniciou o debate acerca das consequências negativas do uso de agrotóxicos na natureza. Na visão de Viola (1987) a década seguinte marcou o despertar da consciência ecológica no mundo. Exemplos disso são: a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente em Estocolmo (1972), o Relatório Meadows (1972) sobre os limites do crescimento e a proliferação de movimentos sociais ecologistas no mundo ocidental.

No Brasil, apesar das primeiras iniciativas ambientalistas terem surgindo na década de 1950 - com a União Protetora do Ambiente Natural (UPAN) e a Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN)²¹, é na década de 1970 que o movimento passou a ter expressão no país. Este foi resultado de uma combinação de processos exógenos, como a Conferência de Estocolmo e a volta de políticos exilados anistiados, influenciados pelos movimentos ambientalistas da Europa e dos EUA (1979) e por processos endógenos: superação do mito desenvolvimentista, aumento da devastação amazônica, formação de uma nova classe média influenciada pelos novos debates sobre a qualidade de vida e o insucesso dos movimentos armados de esquerda (JACOBI, 2003, p.2).

Diferentes abordagens a respeito do ambientalismo são encontradas em trabalhos sobre o tema. As mais tradicionais tendem a destacar três visões do que é o

²¹ Estas primeiras iniciativas tinham objetivos e modo de atuação estritamente conservacionistas, ao centrarem suas atividades na preservação da fauna e da flora, com particular ênfase naquelas ameaçadas de extinção (JACOBI, 2003, p.2).

ambientalismo: i) grupos de interesse ou pressão (enquadramento utilizado principalmente nos EUA); ii) novo movimento social (conceito elaborado na Europa); e iii) movimento histórico.

Na visão de Leis (1999, p.53 e 54) o ambientalismo pode ser visto com um grupo de interesse que se constitui basicamente como *lobby*, para exercer suas demandas no interior do sistema político. Pode também ser entendida como um ator crítico e alternativo em relação à ordem capitalista existente, tendo em suas ações uma forte orientação ética e normativa. Por fim, o autor expõe que o ambientalismo pode também ser caracterizado como movimento histórico, assumindo a sociedade atual como insustentável a médio ou longo prazo. Leis explica que esta última não considera insustentável apenas o modelo de desenvolvimento econômico, mas também as instituições e os valores predominantes. Importante também destacar que as críticas ambientalistas à Revolução Verde se dão em dois sentidos: de um lado apontam os problemas que as práticas produtivas impõem à natureza e ao ecossistema, de outro ressaltam seu caráter concentrador de riquezas e de benefícios sociais (MOREIRA, 2000, p. 39).

Quanto à história da política ambiental brasileira, esta é em geral dividida em dois períodos. Viola e Vieira (1992, p.89) traçam uma divisão que compreende: i) o período 1971 - 1986, associado à educação ambiental *lato sensu* - com o intuito de criar e disseminar uma consciência pública da deterioração do meio ambiente; ii) e os anos 1987-1991 onde a atividade política passou gradualmente ao estágio de institucionalização.

Os autores explicam que no primeiro período a ação ambientalista limitava-se à luta por problemas locais e caracterizava-se pela busca de formação de uma identidade social sob a inter-relação ambivalente de oportunidades e limitações impostas pelo regime militar. "Tendo como base a denúncia da exploração predatória dos recursos naturais, o movimento estava engajado na luta geral pela ampliação dos limites da cidadania social e política no país" (VIOLA; VIEIRA, 1992, p.96).

Em 1973 as agências ambientais passaram a integrar o cenário nacional com a criação da Secretaria Especial do Meio Ambiente (SEMA) vinculada ao Ministério do Interior, com a função de traçar estratégias para conservação do meio ambiente e para

o uso racional dos recursos naturais. Entretanto, na visão de Jacobi (2003) e Viola e Vieira (1992) a criação desta Secretaria, antes de significar um comprometimento efetivo do governo brasileiro com a luta para a proteção ambiental

(...) era uma tentativa de atenuar sua imagem negativa no cenário externo devido à sua atuação na Conferência de Estocolmo. Predominava ainda a ideia de que os recursos naturais deveriam ser utilizados para acelerar o processo de desenvolvimento econômico, tomando alguns cuidados para minimizar os problemas de poluição e preservar alguns recursos naturais. (JACOBI, 2003, p. p.3)

No âmbito nacional, uma campanha de destaque foi o caso da luta contra o uso abusivo de agrotóxicos, liderada pela Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (AGAPAN). Criada em 1971, a instituição foi fruto da mobilização de naturistas reunidos pelo agrônomo e ex-vendedor da Basf, José Lutzenberger e é a primeira associação do gênero a surgir no Brasil e na América Latina (DREYER, 2004, p.129). Na opinião de Viola e Vieira (1992, p.90) a criação desta entidade representa o ponto de partida da política ambiental brasileira. Quanto aos principais pontos do programa de fundação da AGAPAN, Viola (1987, p.9) destaca:

(...) a defesa da fauna e da vegetação; combate ao uso exagerado dos meios mecânicos contra o solo e à poluição causada pelas indústrias e veículos; combate ao uso indiscriminado de inseticidas, fungicidas e herbicidas; combate à poluição dos cursos d'água pelos resíduos industriais e domiciliares não tratados; combate às destruições desnecessárias de belezas paisagísticas; luta pela salvação da humanidade da destruição, promovendo a ecologia como ciência da sobrevivência e difundindo uma nova moral ecológica.

Em seu início, a atuação da AGAPAN foi dificultada durante o Governo Médici, quando o clima repressivo que dominava o país, "tornava quase heroica qualquer organização autônoma da sociedade civil que não agisse sob o guarda-chuva da Igreja Católica". Entretanto, três anos após sua constituição, as condições de atuação melhoram sensivelmente e a associação passou a ganhar visibilidade na sociedade gaúcha (VIOLA, 1987, p.9).

Sua atuação passou a incomodar a indústria de agrotóxicos, que reagia com processos judiciais e boicotes às falas de representantes da AGAPAN em eventos públicos. No entanto, Dreyer (2004, p.189) conta que, apesar das resistências, aconteceu, em 1978, o Primeiro Simpósio Nacional de Ecologia, em Curitiba-PR, o qual

reuniu personalidades do mundo inteiro. Lutzenberger havia sido excluído da lista de convidados, mas o público promoveu um abaixo assinado para que os organizadores do evento lhe dessem a palavra. Nesta ocasião o fundador da AGAPAN apresentou um manifesto, que mais tarde tornou-se referência do movimento ambientalista no Brasil: a Declaração de Princípios do Movimento de Luta Ambiental.

As conferências de Lutzenberger²² foram textos marcantes - “Insensatez da Agroquímica” e o “Contaminação Insidiosa” - que tiveram cópias impressas e distribuídas pela Sociedade de Agronomia - RS às entidades constituídas com os mesmos objetivos. A visão de Lutzenberger sobre os agrotóxicos impressionou os que tiveram contato com suas ideias, uma vez que estas desconstruíam argumentos considerados como técnicos, sensatos e modernos (IDEM, 2004, p.182).

Segundo Franco (2014, p.35), o fundador da AGAPAN articulou uma associação composta por um quadro qualificado de associados - professores universitários, agrônomos, engenheiros, juristas e geneticistas - que debatiam tecnicamente os assuntos relacionados a esses produtos. Esse grupo de militantes produziu textos acessíveis sobre o assunto, com o objetivo de disseminar a perspectiva ambientalista e enfrentar os interesses da indústria produtora de agrotóxicos e de frações do governo que defendiam a Revolução Verde.

Para Jacobi (2003, p. 6) a associação teve um perfil mais abrangente do que as outras organizações que a precederam. Sua atuação foi muito intensa, concretizando uma pressão bem sucedida junto à Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, que culminou na aprovação da primeira lei estadual de agrotóxicos em 1983.²³ Além disso, seu exemplo difundiu-se por outros estados (Santa Catarina, Paraná e São Paulo), onde leis similares foram aprovadas em 1984. Os métodos defendidos pela AGAPAN chamaram a atenção dos tomadores de decisão, e consequentemente, as necessidades de proteção à saúde e ao meio ambiente adentraram a agenda

²² A associação agregou pessoas e organizações inteiras, transformando a cultura gaúcha a partir da capacidade de irradiar influências, característica construída pela habilidade retórica de Lutzenberger. As incontáveis pessoas que se sentiram atraídas pelo seu discurso e influenciadas pelo seu comportamento tendem a afirmar: “ele mudou a minha vida” (DREYER, 2004, p.151).

²³ Segundo Ferrari (1985, p.66), o propósito dessa lei era promover a defesa e proteção da saúde.

governamental. Na visão de Franco (2013, p.36) "o sucesso midiático que obtiveram nesse período inicial calçou o caminho para a efetivação da Lei dos Agrotóxicos".

Em um sentido geral, na primeira metade dos anos 1980 o número de grupos ambientalistas aumentou significativamente nas regiões Sul e Sudeste, passando de 40, em 1980, para 400, em 1985 (VIOLA; VIEIRA, 1992, p.93). Na segunda metade desta década, fase correspondente ao segundo período da história da política ambiental, a temática assume um papel bem mais relevante no discurso dos diversos atores que compõem a sociedade brasileira.

Segundo Jacobi (2003, p.9), duas vertentes passaram a receber importância nesse movimento: i) a constatação dos limites do aparato jurídico-institucional disponível, face ao agravamento dos desafios ambientais; e ii) o crescimento da percepção de que o discurso ambiental não se encontrava efetivamente disseminado na sociedade brasileira. Assim, a "década de 1980 foi caracterizada por iniciativas para aprimorar os instrumentos legais de gestão ambiental, pela escolha de parcela dos ambientalistas em enveredar pelo campo político institucional e por uma busca das ONGs ambientalistas em se profissionalizar e se aproximar das ONGs sociais".

Buscando envolvimento político com outros movimentos sociais, que também davam importância para o tema da proteção ambiental, a quantidade de organizações engajadas nesse processo passou de 400, em 1985, para 700, em 1989, verificando-se também certa disseminação nas regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste (VIOLA; VIEIRA, 1992, p.96 e 97).

No mesmo período estavam ocorrendo as deliberações da Assembleia Constituinte para a construção da nova Constituição Brasileira de 1988. Pela primeira vez os ambientalistas fizeram *lobby* sistemático sobre os congressistas. E por iniciativa do deputado Fábio Feldman, foi então criada uma Frente Parlamentar Verde, com o objetivo de apresentar a proteção ambiental como importante dimensão da nova Constituição (JACOBI, 2003, p.9). Com o suporte da Constituição e como resultado do esforço desses atores, a Lei N° 7.802/1989 estabeleceu regras mais rigorosas para a concessão de registro desses produtos.

2.4.1 Argumentos utilizados pelo movimento ambientalista

Em relação aos argumentos utilizados pelos atores contrários à utilização dos agrotóxicos nas plantações brasileiras, estão: os desequilíbrios ambientais como a poluição das águas, erosão, desertificação e devastação, o envenenamento²⁴ dos agricultores durante a aplicação desses produtos e a intoxicação dos consumidores por meio de alimentos contaminados com resíduos de venenos.

Segundo Bull e Hathaway (1986, p. 38), nos primeiros anos da década de 1970, os países do Terceiro Mundo foram responsáveis por cerca da metade dos casos de envenenamento. O total mundial era contabilizado em 500.000 casos de intoxicação e 9.200 casos de morte. Destes casos de intoxicação, 250.000 aconteceram no Terceiro Mundo, com 6.700 casos de óbito. Ferrari (1985, p.43) conta que em 1985, segundo dados da OMS, a cada hora e meia uma pessoa morria nesses países envenenada por estes produtos.

No Brasil as cifras oficiais de intoxicações e mortes foram subestimadas²⁵ por falta de diagnóstico e de uma efetiva preocupação por parte das autoridades. Ainda assim, os valores oficiais de apenas três estados (Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo) indicaram que, entre 1982 e 1984, cerca de 500 pessoas morreram e mais de 8.000 foram intoxicadas (BULL; HATHAWAY, 1986, p.55).

Na visão de Ferrari (1985, p.23) o consumo desses produtos gera um círculo vicioso. "Quanto mais se usa, maiores são os desequilíbrios provocados e maior a

²⁴ Na visão de Bull e Hathaway (1986.p.39) "os envenenamentos por pesticidas no Terceiro Mundo ocorrem de diversas maneiras. Os grupos de maior risco são os trabalhadores do campo, que misturam ou aplicam estes agentes químicos ou entram na área depois de feita uma aplicação. Outras pessoas que trabalham nas fábricas de formulação ou em programas antimalária podem também ficar expostas no curso de suas tarefas. Estima-se que cerca de 40% dos envenenamentos acidentais ocorrem no trabalho. Outros incluem as crianças que bebem pesticidas por engano, famílias que usam latas de pesticidas para guardar alimentos ou água e a contaminação da comida durante o transporte ou armazenamento. Em todos esses casos, a causa mais comum é a disponibilidade de pesticidas - normalmente sem restrições ou controles efetivos - em condições onde qualquer precaução de segurança se torna irreal."

²⁵ Ferrari (1985, p.66) ressalta: "Vale lembrar que as intoxicações agudas são passíveis de serem diagnosticadas com precisão. Entretanto, as intoxicações crônicas, que resultam da contaminação gradual, dificilmente podem ser percebidas, a não ser quando as primeiras consequências se fazem sentir no metabolismo humano".

necessidade de usos recorrentes, em doses mais intensas de formulações cada vez mais tóxicas". Sua utilização teve como consequência o desenvolvimento de pragas cada vez mais resistentes, devido às mutações genéticas. Muitas espécies extintas ressurgiram em função do extermínio de seus inimigos naturais e de pragas secundárias. O autor ressalta que "o meio rural ecologicamente desequilibrado, a agricultura infestada de pragas e doenças é o mercado privilegiado para os produtos químicos" (IDEM, p.24).

2.5 AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DEFENSIVOS AGRÍCOLAS (ANDEF) NA DÉCADA DE 1980

O uso intenso de agrotóxicos nas plantações brasileiras foi estimulado por campanhas publicitárias da indústria produtora desses produtos no país. Os fabricantes contavam com incentivos econômicos provenientes do Estado, porém começaram a ter seu mercado questionado pelo movimento ambientalista. Ferrari (1985, p.65) conta que, consciente dessa realidade, "a indústria química desencadeou, no início de 1983, uma gigantesca campanha publicitária com o objetivo de recuperar a imagem dos agrotóxicos, abalada pelas sistemáticas denúncias de contaminações dos rios e alimentos, intoxicação e morte de agricultores".

Essa campanha foi centralmente mobilizada pela associação representante das principais empresas produtoras de agrotóxicos do Brasil, a Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF), naquela época designada Associação Nacional de Defensivos Agrícolas²⁶.

O objetivo deste item é resgatar os argumentos utilizados pela ANDEF, na década de 1980, para responsabilizar o agricultor e demais atores pelos problemas decorrentes do uso dos agrotóxicos e os argumentos voltados ao convencimento da necessidade e da urgência na adoção do uso desses produtos. Para tanto, divide-se

²⁶ De acordo com Natalia Medeiros, assistente da Diretoria da ANDEF, "a nomenclatura foi alterada no ano de 1992 para melhor designar a razão social desta associação. Originalmente ela denominou-se Associação Nacional de Defensivos Agrícolas em 1974 (ano de sua fundação). Tendo em vista que internacionalmente a expressão utilizada é "*Plant Protection*" ou "*Crop Protection*" foi então julgado conveniente alterar a razão social para Associação Nacional de Defesa Vegetal" (FRANCO, 2013, p. 115).

em quatro partes: i) a constituição da ANDEF; ii) a lógica do uso adequado; iii) extermínio do inimigo; e iv) o combate à fome.

2.5.1 A constituição da ANDEF

Criada em 1974, a ANDEF (2014a) tem como missão "criar condições favoráveis ao desenvolvimento do setor de fitossanitários no Brasil, atuando na defesa da produção de grãos, fibras e energias renováveis, respeitando o homem e o ambiente, promovendo o uso correto e seguro desses produtos e visando a melhoria da produtividade e qualidade da produção agrícola". A Associação explicita ainda o seu objetivo de combate à escassez de alimentos, em uma perspectiva malthusiana:

Promover a defesa vegetal no Brasil orientando-se pelos princípios que regem as práticas da agricultura sustentável em face do desafio de produzir alimentos, em terras aráveis cada vez mais limitadas, para uma população em permanente crescimento. Nossa visão contempla o uso da tecnologia como recurso essencial à disposição do homem capaz de suprir as demandas crescentes à produção agrícola. (ANDEF, 2014a)

Na sua constituição, a entidade tinha como objetivo, na visão de Guimarães (2009), congregar as empresas e fortalecer a imagem do setor diante dos consumidores e dos órgãos reguladores.

O mercado de agrotóxicos no Brasil é liderado por quinze empresas, onde treze destas são atualmente associadas e representadas pela ANDEF - Arysta LifeScience, Basf, Bayer CropScience, Chemtura, Dow AgroSciences, DuPont, FMC do Brasil, Iharabras, Isagro, ISK Biosciences, Monsanto, Sumitomo Chemical e Syngenta. Além destas, cinco entidades são associadas - o Instituto para o Agronegócio Responsável (Ares), a Associação Brasileira do Agronegócio (Abag), a regional da América Latina afiliada à Federação Global da Indústria da Ciência dos Cultivos (Crop Life Latin America), o Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (Inpev) e o Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para a Defesa Vegetal (Sindiveg) (FIGURA 2) (ANDEF, 2014a).

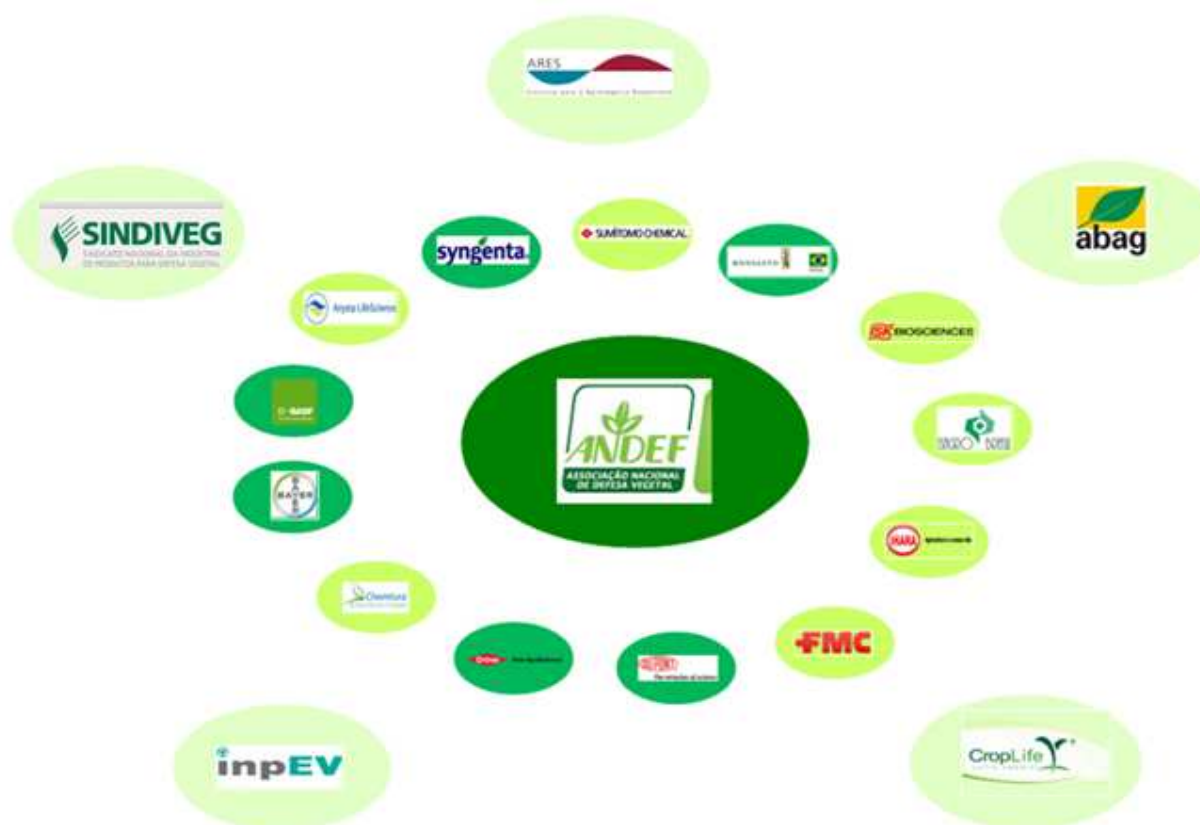


FIGURA 2 - INTEGRANTES DA ANDEF

FONTE: Elaborado pela autora, a partir de dados da ANDEF (2014a)

Durante a década seguinte à sua constituição, com o surgimento das leis estaduais de agrotóxicos, a ANDEF pugnou pela inconstitucionalidade destas. Segundo Ferrari (1985, p.59), no dia 15 de março de 1983 a associação dava início a um processo judicial, ao ingressar com uma representação de inconstitucionalidade da Lei Estadual dos Agrotóxicos do Rio Grande do Sul, junto ao Supremo Tribunal Federal.

Ainda no intuito de enfrentar as leis estaduais, a ANDEF criou um boletim informativo intitulado "Defesa Vegetal", distribuído gratuitamente, por meio do qual atacava essas leis e os ecologistas.

O boletim procura demonstrar basicamente duas coisas: de um lado, que as leis estaduais seriam incoerentes por implicarem em duplicidade em relação à legislação federal, criando sérios embaraços às empresas e, por conseguinte, ameaçando a produção agrícola nacional, na sua opinião, totalmente dependente dos agrotóxicos. (FERRARI, 1985, p.66)

Bull e Hathaway (1986, p.183) contam que além de considerá-las inconstitucionais, a ANDEF anunciou que as leis eram nocivas à agricultura: "uma praga a mais a ser combatida com todo o arsenal da indústria química". A disputa contra a lei gaúcha no STF "seria a frente de batalha mais importante deste combate, para o qual concorreriam em defesa da indústria forças nacionais e internacionais". Na visão de Ferrari (1985, p.63), as objeções levantadas pela ANDEF "tiveram o claro propósito de evitar os prejuízos que as empresas acumulariam com a vigência do sistema de controle do comércio e uso dos agrotóxicos".

Paralelamente à essa pressão sobre o Governo Federal, a Associação Nacional dos Defensivos Agrícolas lançou uma campanha publicitária, no início de 1985, em revistas nacionais de amplo alcance popular, como a Revista Veja e a Revista Senhor. Para Ferrari (1985, p.65), a campanha tinha como ponto central a tese do uso adequado.

2.5.2 A lógica do uso adequado

A ideia proposta nessa lógica era de que os agrotóxicos somente poderiam causar dano ao ambiente e à saúde humana se fossem incorretamente utilizados. Caso ocorressem acidentes, a responsabilidade seria do agricultor ou da dona de casa que utilizava os produtos. Assim, a indústria estaria ileso de qualquer constrangimento moral ou legal.

A propaganda "Defensivo Agrícola. Herói ou Vilão?", publicada na Revista Veja, em 1985, (FIGURA 3), reforçava a responsabilidade dos usuários na aplicação correta dos produtos, bem como intentava promover o papel positivo da indústria de agrotóxicos na promoção da tecnologia. Na propaganda "*Defensivo. Uma ajuda no combate à fome.*" (FIGURA 4), a ANDEF expõe, de acordo com a sua opinião, o papel de cada ator no ciclo dos agrotóxicos.



FIGURA 3 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (30/01/1985)
FONTE: Revista Veja (1985)

O objetivo maior dos defensivos agrícolas é o de colaborar no aumento da produção de alimentos, principalmente em países como Brasil, aonde a carência é muito grande. **Ser herói ou vilão é uma consequência que depende de nós mesmos. Bem utilizados, os defensivos são os maiores aliados dos agricultores e da população para se obter alimentos em quantidade e qualidade. Quando mal utilizados eles prestam um desserviço e tornam-se até perigosos. O treinamento intensivo do uso adequado dos defensivos está sendo levado a todos os agricultores.**

O maior amigo do homem, o cachorro, foi o próprio homem que o educou e o transformou em seu aliado. Da mesma forma será com os defensivos. **Cabe ao homem usá-lo adequadamente para usufruir de todos os seus benefícios com total segurança.** (grifou-se)



FIGURA 4 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA SENHOR (15/05/1985)
FONTE: Revista Senhor (1985)

Imaginar que um defensivo seja um mal é saber pouco sobre a sua inestimável utilidade. A indústria de defensivos, no mundo inteiro, tem por objetivo, produzir mais e melhores alimentos. **A necessidade do uso adequado e a aplicação disciplinada é uma responsabilidade da sociedade como um todo. Cabe à indústria a produção de defensivos mais seguros e eficientes. Aos agricultores o uso adequado desses produtos. À imprensa, a informação idônea e responsável. Aos técnicos e agrônomos a assistência técnica e o treinamento intensivo aos agricultores. As autoridades a fiscalização e a punição aos infratores. Aos legisladores a normatização séria e rigorosa do setor. (...).** (grifou-se)

A lógica do uso adequado utilizada na argumentação da ANDEF pode ser analisada a partir da teoria do *framing*, como a construção de um enquadramento de responsabilidade,²⁷ proposto por Hallahan (1999). Diante da argumentação do movimento ambientalista - que destacava os aspectos negativos da utilização dos agrotóxicos para o ambiente e a saúde humana - a ANDEF construiu um enquadramento que evitava sua total responsabilidade.

Nos *framings* das figuras 3 e 4, a Associação se declara disposta a fabricar produtos mais seguros e eficientes. No entanto, se exime de grande parte da culpa por eventuais danos que estes produtos possam vir a causar, transferindo a culpabilidade

²⁷ Teoria descrita no tópico 2.1.3 deste trabalho.

para toda sociedade brasileira. As propagandas destacam: i) a obrigação dos agricultores na utilização correta dos agrotóxicos; ii) a tarefa da imprensa em proporcionar informações responsáveis; iii) a necessidade de técnicos e de agrônomos darem treinamento adequado aos agricultores; iv) o dever das autoridades em fiscalizar e punir àqueles que não cumprirem com suas obrigações; e por fim v) o compromisso dos legisladores em normatizarem o setor.

Ferrari (1985, p.66) traduz a lógica do uso adequado na seguinte expressão: "pouco faz bem, muito faz mal". Explica ainda que a indústria evitava mencionar as propriedades cumulativas dos agrotóxicos, que alojam-se nos tecidos gordurosos por longos períodos, causando efeitos mutagênicos, teratogênicos e carcinogênicos. Esse ato de esquivar-se dessas informações, pode ser analisado a partir do conceito de silêncio, que tem a função de selecionar o conteúdo por meio da omissão de informações convenientes para o comunicante.

Além de operar e constituir seu discurso baseado na redução de sua responsabilidade sobre as consequências do uso dos produtos que representa, a Associação Nacional de Defesa Vegetal defendia, na argumentação, a maximização de benefícios do uso dos agrotóxicos. Esse processo ocorreu baseado em duas outras lógicas: a do extermínio do inimigo e a do combate à fome.

2.5.3 A lógica do extermínio do inimigo

A lógica do extermínio do oponente, seja ele humano ou não humano, fundamentou as práticas agronômicas utilizadas a partir da I Guerra e principalmente as difundidas em grande escala a partir da II Guerra Mundial, durante a Revolução Verde (RUSSELL, 2011; JANSEN, 2000; PERKINS, 1982). Os argumentos beligerantes utilizados na propaganda *"Responda: Você está disposto a conviver em sua casa com suas crianças e estes inocentes hóspedes?"* (FIGURA 5) remetem ao contexto anterior à tomada de consciência ambiental e ao próprio cenário de guerra no qual esses produtos foram desenvolvidos.



FIGURA 5 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (18/04/1985)
 FONTE: Revista Veja (1985)

Responda: Você está disposto a conviver em sua casa com suas crianças e estes inocentes hóspedes? Os defensivos servem para combater piolhos, pulgas, baratas, ratos, pernilongos, moscas, escorpiões e outros parasitas transmissores de doenças.

Na agricultura é a mesma coisa: as pragas, as doenças e o mato, por exemplo, também não podem conviver com as plantações, pois além de tudo elas destroem em até 50% a produção de alimentos. Os defensivos agrícolas são a arma no combate à fome. Porém, em alguns casos, eles estão sendo mal utilizados. O trabalho de conscientização e treinamento prático está sendo levado a todos, seriamente.

O importante mesmo é que a fome não continue matando. (grifou-se)

Esta propaganda também faz referência à utilização doméstica destes produtos, prática comum durante o período que sucede a II Guerra Mundial, com a ideia de uma guerra no combate às pragas domésticas (baratas, ratos, pernilongos, moscas, etc.) e o raciocínio de que "a guerra continua dentro de casa" (FIGURA 6).

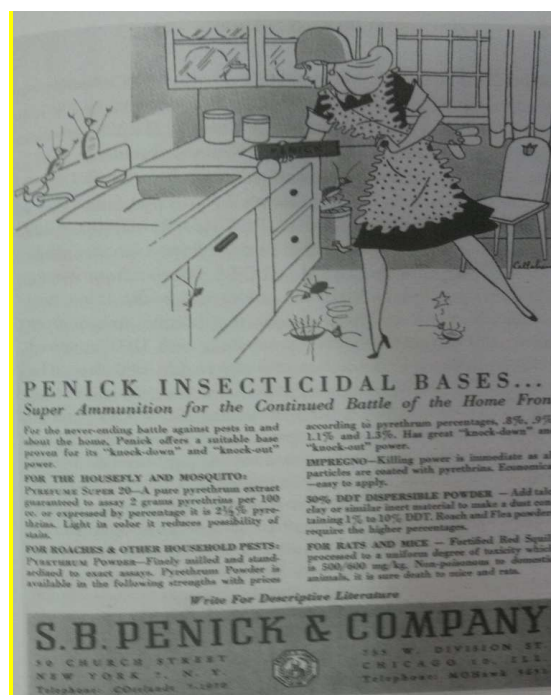


FIGURA 6 - A GUERRA CONTINUA DENTRO DE CASA
FONTE: Russell (2011)

2.5.4 O combate à fome

A outra lógica verificada nas propagandas da ANDEF, o combate à fome, era e continua sendo um importante argumento da associação. Bull e Hathaway (1986, p.86) contam que a indústria repetia com frequência no Brasil a ideia de que a aplicação de agrotóxicos era necessária para aumentar a produção dos alimentos que acabariam com a fome. "Em anúncios dramáticos nas principais revistas do país, a ANDEF insistiu, ao longo do primeiro semestre de 1985, que os defensivos ajudam a combater a fome e que a indústria tem por objetivo produzir mais e melhores alimentos".

A propaganda *"Defensivo. Uma ajuda no combate à fome."* (figura 4) declarava:

(...) **No fundo, temos de matar mesmo a fome, as doenças e proporcionar uma vida mais longa e saudável à humanidade.** E isso é de responsabilidade de todos nós. (grifou-se)

No mesmo sentido, a propaganda *"Num país carente de alimentos, dá para perder até 50% da produção?"* (FIGURA 7) afirmava:



FIGURA 7 - PROPAGANDA VEICULADA PELA ANDEF NA REVISTA VEJA (03/04/1985)
FONTE: Revista Veja (1985)

A mais cruel das verdades ainda é a fome do mundo e, principalmente, nos países em desenvolvimento.

Como então produzir alimento em quantidade e qualidade suficientes para uma população mundial que cresce à razão de 200.000 pessoas por dia?

Agricultura ainda é uma atividade de alto risco. Variações climáticas, ataque de pragas, doenças e ervas daninhas liquidam plantações se não forem tratadas adequadamente.

Mas para resolver tudo isso é só o defensivo agrícola?

Claro que não. Ele é uma das alternativas comprovadas como eficientes. **Para reduzir a fome o homem usará recursos orgânicos, biológicos e químicos, e quaisquer outros que possibilitem afastar esse fantasma.**

O manejo integrado das pragas já é uma solução sábia: combina o defensivo com organismos naturais que permitem o equilíbrio da natureza.

Defensivo: se souber usar não vai intoxicar, **o que temos de conseguir mesmo é o pão para todos.** (grifou-se)

Essa lógica do combate à fome como um problema emergencial global a ser resolvido por meio da ampliação da oferta de alimentos com a difusão de técnicas agrícolas mais eficientes constituiu-se no fundamento ideológico para a difusão da Revolução Verde - dos EUA para os países do Terceiro Mundo - no contexto da Guerra Fria (PERKINS, 1997).

Quanto à causa da fome proposta pelos *framings* acima, a produtividade agrícola é o aspecto selecionado e salientado: "Como então produzir alimento em

quantidade e qualidade suficientes para uma população mundial que cresce à razão de 200.000 pessoas por dia?". Entretanto, outras causas da fome no país são deixadas de fora desse enquadramento e a estratégia do silêncio é adotada, como é o caso da distribuição desigual de renda.

Os enquadramentos feitos pela ANDEF, nas figuras 5 e 8, podem ser analisados a partir do conceito de *framing* de escolha, delimitado por Hallahan (1999). Esta forma de enquadrar é realizada quando existem opções, incerteza e risco envolvidos. Partindo do princípio de que os indivíduos são avessos aos risco, os *framings* são construídos baseados na lógica de que uma perspectiva de perda tem um impacto maior do que uma perspectiva de ganho. Como é o caso do título da figura 8: Num país carente de alimentos, dá para perder até 50% da produção? Neste sentido, a fome é interpretada segundo uma perspectiva fatalista: Temos uma grande parcela da população faminta. Os agrotóxicos são indispensáveis, pois não podemos perder a chance de produzir alimento suficiente para todos.

Assim, com a intenção de alcançar o interesse de suas empresas associadas, a ANDEF adotou uma estratégia de harmonização dos planos destas com a chamada "definição comum de situação". Ou seja, com a utilização de um cenário de consenso e aceitação dos diversos atores, por meio da construção de um pano de fundo com motivos socialmente aceitáveis e racionais - como é o caso da fome. A negociação dessa definição comum de situação com busca por razões convincentes e sustentáveis parece ter sido, então, objetivo da ANDEF na construção dos *framings* apresentados neste tópico.

Ainda no mesmo sentido, a intenção de moldar as perspectivas pelas quais os diferentes atores ("auditório universal") - com diferentes percepções (relevância, prioridades, oportunidades e riscos) - enxergam a situação acerca do uso dos agrotóxicos, os *framings* utilizaram outros argumentos além do combate à fome - o uso correto e o extermínio do inimigo - para conquistar diversos elementos de seu auditório. Um auditório amplo que atingia, em sua grande maioria, um público leigo leitor de revistas (Veja e Senhor) com distribuição em nível nacional.

Em todas as propagandas apresentadas no tópico 2.5 deste trabalho, a alternativa proposta é construída de maneira que represente um ganho para a

sociedade e a faça aceitar a opção de um risco, porque de alguma forma acredita que irá deixar de perder com a escolha feita. Exemplos da ênfase nos aspectos positivos da escolha pelos agrotóxicos são: i) "colaborar com o aumento da produção de alimentos", "obter alimentos em quantidade e qualidade" (FIGURA 3); ii) "produzir mais e melhores alimentos", "proporcionar uma vida mais longa e saudável à humanidade" (FIGURA 4); iii) "arma no combate à fome", "o importante mesmo é que a fome não continue matando" (FIGURA 5); iv) "afastar esse fantasma", "o que temos de conseguir mesmo é o pão para todos" (FIGURA 7).

3 A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO E DA PRÁTICA DO AMBIENTALMENTE CORRETO

No período posterior à Constituição de 1988 - que previu a possibilidade de restrições ao uso da publicidade para produtos causadores de risco à saúde humana, como os agrotóxicos - duas leis passaram a discorrer a esse respeito. A Lei de Agrotóxicos de 1989 impôs que a propaganda desses produtos deva conter clara advertência sobre os riscos do produto à saúde dos homens, animais e meio ambiente. A Lei Murad de 1996 instituiu que a propaganda deve restringir-se apenas a programas e publicações especificamente dirigidos aos agricultores e pecuaristas. Consequentemente, a ANDEF modificou suas estratégias de comunicação e, ao longo do tempo, incorporou o discurso de parte do segmento ambientalista. Assim, de uma lógica beligerante de extermínio do inimigo, a ANDEF passou a comunicar a adoção de práticas ambientalmente corretas.

Este capítulo tem como objetivo i) discutir os aspectos institucionais incorporados na legislação brasileira relativa ao controle da propaganda de agrotóxicos, a partir da Constituição de 1988; ii) identificar o desempenho atual da agricultura brasileira em termos da participação relativa no PIB; iii) apresentar os movimentos atuais relacionados ao combate do uso dos agrotóxicos; e iv) analisar a evolução das estratégias de comunicação da ANDEF, apontando a mudança e os novos elementos incorporados ao discurso diante do surgimento de uma legislação restritiva da propaganda de agrotóxicos.

3.1 A ORDEM CONSTITUCIONAL DE 1988: DIREITOS FUNDAMENTAIS À LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA COMUNICAÇÃO SOCIAL, À DEFESA DO CONSUMIDOR E À LIVRE INICIATIVA.

Historicamente, a Constituição de 1988 marca um resgate e um aprofundamento da institucionalização dos direitos fundamentais²⁸ do cidadão no Brasil. Resultado de

²⁸ Direitos fundamentais são todas aquelas posições jurídicas concernentes às pessoas que, do ponto de vista do direito constitucional positivo, foram, por seu conteúdo e importância, integradas ao texto da

um amplo processo de discussão oportunizado com a redemocratização do País após mais de vinte anos de ditadura militar (SARLET, 2011, p.63). Do ponto de vista jurídico-formal, os direitos fundamentais são considerados “cláusula pétrea” (ou seja, não sujeitos à modificação sem subversão de toda a ordem constitucional), constituindo-se o núcleo elementar e geral da Constituição. Ao mesmo tempo, a Carta de 1988 adota uma ambição dirigente, tratando com maior detalhamento de temas como a “Ordem Econômica” e a “Ordem Social”.

O artigo 5º, ao tratar dos direitos fundamentais, acaba sendo a referência básica para as demais normas constitucionais. Por sua vez, essas normas situam-se no topo da hierarquia jurídica e todas as demais expressões do sistema devem a ela observância. Naquele dispositivo, a liberdade de expressão e a defesa do consumidor irão se mesclar nas preocupações relativas à regulação da comunicação social – tratada sob o Título VIII da Constituição com o abrangente nome de “Ordem Social”. Ainda, ao tratar da “propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente”, o capítulo V desse título se depara com necessários diálogos com a garantia da livre iniciativa, prevista no Título VII, da Ordem Econômica.

Para Bonavides e Andrade (2006, p.457) a “Ordem Social” – com os temas previdência, saúde, educação, cultura, ciência e tecnologia, meio ambiente, adolescentes, idosos, assistência em geral, comunicação de massa – é um dos capítulos mais importantes no conjunto da nova Constituição. Inclusive, esses autores associam a referida pertinência ao tema constitucional de interesse do presente estudo, uma vez que “tem profundas implicações com os direitos do cidadão e muito especialmente com aqueles que dizem de perto à informação, ao acesso à notícia”. Dois avanços da nova Constituição são de importância para este trabalho: a liberdade de expressão na comunicação social e a defesa (ou direito) do consumidor, que serão apresentados na sequência.

Ressalta-se ainda que ao reforçar os direitos do cidadão a Constituição de 1988

Constituição e, portanto, retiradas da esfera de disponibilidade dos poderes constituídos, bem como as que, por seu conteúdo e significado, possam lhes ser equiparados, agregando-se à Constituição material, tendo, ou não, assento na Constituição formal (SARLET, 2011, p.77).

estabeleceu os fundamentos legais para a criação no Brasil de um “regime de regulação social” (EISNER, 2000) voltado ao controle dos impactos adversos da atividade econômica sobre o meio ambiente e a saúde do trabalhador e do consumidor. Órgãos reguladores como o IBAMA, criado em 1989, e a Anvisa, em 1999, permitiram ampliar o controle e a fiscalização desses impactos adversos da atividade econômica no país. É também dentro desse contexto institucional que a Lei de Agrotóxicos (nº 7.802/1989) e a Lei Murad (nº 9.294/1996) foram criadas, como será discutido no terceiro item deste capítulo.

3.1.1 O direito à liberdade de expressão na comunicação social

Segundo Camargo e Rodrigues (2011, p.319) o direito à liberdade de expressão sem censura foi posto como um valor fundamental pelo pensamento iluminista. "Trata-se, portanto, de um direito fundamental de primeira geração sem o qual o regime democrático se tornaria uma ficção. Essa liberdade é consagrada como um dos pilares do Estado Democrático de Direito e citada como um dos bens mais caros a serem preservados tanto no campo político como jurídico".

Essa ampla liberdade estabelecida pela Constituição de 1988 reflete o contexto do que estava acontecendo na época da promulgação. O país estava saindo de um período em que as liberdades democráticas estavam restringidas e isso era sentido de maneira mais aguda na sufocação das diversas modalidades de liberdades de expressão (imprensa, pensamento, propaganda, artes, etc.).

Pode-se dizer então, que o destaque dado para a liberdade de informação, livre manifestação do pensamento e livre criação, pela Constituição, foi uma reação eloquente à prática histórica da censura política, ideológica e artística no país, que atingiu o ápice durante a ditadura militar. (GREVETTI, 2004, p.2)

O direito à liberdade de expressão foi previsto na Constituição Federal no Título II, dos Direitos e Garantias Fundamentais, conforme disposição expressa do art. 5º, IV, V e IX – vez que comporta aspectos diferentes (artísticos, políticos e até econômicos):

Art. 5º. (...) IV- é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato; V- é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem; (...) IX- é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença (...).” (Art. 5 da Constituição Federal)

de 1988)

A liberdade de expressão “da atividade intelectual, artística, científica e de comunicações” não admite limitações de ordem infraconstitucional como regra geral, sendo estabelecido no próprio dispositivo as exceções, elencadas exaustivamente as hipóteses em que a lei ordinária poderá estabelecer limites. Este é o caso do § 4º, do Artigo 220 da Constituição, que trouxe restrições ao uso da publicidade para produtos que causem riscos à saúde humana, como é o caso dos agrotóxicos:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. (...) § 3º - Compete à lei federal: (...) II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente. § 4º - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

Além disso, a veiculação de propaganda pode ser vista como um ato econômico-empresarial protegido pela garantia à livre iniciativa, prevista no artigo 170 daquela Carta: “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa (...)”.

Com isso, é possível constituir-se uma abordagem sistemática dos direitos fundamentais do cidadão. Compreendem-se tanto as liberdades individuais de expressão e iniciativa, como as preocupações sociais com o consumidor, meio ambiente e a saúde pública. Em suma, a Constituição prevê a liberdade - econômica e fundamental - de expressão aplicada à publicidade. Entretanto, para alguns mercados, prescreveu que se constituíssem restrições legais ao seu exercício, nos limites das finalidades de defesa da “pessoa” e da “família”, aos produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente.

3.1.2 A defesa do consumidor

Outro importante avanço da redemocratização são os direitos do consumidor e a previsão constitucional da sua defesa. A Constituição Federal prescreve a defesa

destes direitos nos arts. 5º XXXII, art. 170 V e no ADCT art. 48. "O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor" (artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988). Este artigo traz a defesa do consumidor como garantia fundamental de todo cidadão, sendo uma cláusula pétrea da carta constitucional. Mas não existe apenas o aspecto individual em jogo.

Ao se referir à defesa do consumidor como um princípio da ordem econômica (artigo 170, V) a constituição compatibiliza tal ordem com o direito fundamental e também prestigia uma estratégia de governança para a economia. Os direitos dos consumidores não se prestam apenas aos indivíduos diretamente afetados, mas também como meio de defesa e regulação do mercado como um todo. Todos os agentes e cidadãos nele inseridos são afetados pela forma como são protegidos os consumidores. Ao se restringir, por meio da regulação, a liberdade de determinados agentes em favor de outros, espera-se a correção de falhas de mercado (como assimetria de informações) e a maximização do bem-estar.

A Constituição ainda contemplou uma previsão no Título X ("Ato das Disposições Constitucionais Transitórias") que estabeleceu o prazo de 120 dias para o Congresso promulgar o Código de Defesa do Consumidor.

Nesse Código podemos destacar (e diferenciar) o direito à informação e à defesa em face da publicidade abusiva. O direito do consumidor à informação é assim prescrito no art. 6 da Lei 8.078 de 1990: "São direitos básicos do consumidor: (...) iii. a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentem". Em relação à publicidade, Machado (2006, p.198) explica que esta pode ser entendida em dois sentidos: i) maneira de tornar algo público, não mantendo o fato em segredo; ii) propaganda ou técnica para a obtenção da aceitação do público. O Código do Consumidor abrange o segundo sentido deste termo e discorre a respeito da publicidade que não está de acordo com o art. 6 da Lei 8.078 de 1990:

O Código não obriga o fornecedor a anunciar. A publicidade, por esse prisma, em não sendo dever, é direito, só que direito exercitável à conta e risco do anunciante. O legislador, em tal matéria, não sanciona a carência de publicidade, mas somente a existência de publicidade que traduza uma má ou

insuficiente informação. Não há no Código nenhuma regra que imponha um dever de anunciar, a priori, dirigido ao fornecedor. (MACHADO 2006, p.200)

Machado (2006, p.255) defende a ideia de que a publicidade comercial, que deveria ser um instrumento de informação, transformou-se em instrumento de persuasão, de concorrência ou até de manipulação. E explica que "em casos concretos em que a liberdade de iniciativa choca-se com o interesse geral da saúde pública, por exemplo, os tribunais têm decidido que a legislação da saúde pública e do meio ambiente pode prevalecer".

Se de um lado, o dever de informar não se confunde com um dever de propagandear, de outro quando se exerce a liberdade publicitária, esta está sujeita aos limites do que não seja "abusivo" ou "enganoso":

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: (...) IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. § 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço. Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

A publicidade enganosa é aquela que contém falsidade sobre o produto e acentua a assimetria informacional do consumidor, inclusive por omissão. Sua relevância, para o tema dos agrotóxicos, pode dizer respeito tanto às propriedades (eficiência), como aos riscos contemplados em sua adoção. A publicidade abusiva não engana o consumidor em relação ao produto. Todavia, como estratégia de venda o incentiva a comportamentos irracionais ou socialmente indesejáveis. De especial interesse para o presente assunto é a adjetivação como abusiva daquela publicidade que desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Na questão dos riscos à saúde, a defesa do consumidor em face da publicidade extrapola aspectos indenizatórios ou regulatórios, pois envolve temas criminais. A omissão diante do direito à informação do consumidor, ou o abuso publicitário que atingem a sua saúde, são tipificados como crimes no Código de Defesa do Consumidor (CDC):

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa. § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado. Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Uma dificuldade pode existir acerca da aplicabilidade do CDC ao tema dos agrotóxicos, ao menos no que diz respeito aos produtores rurais. Existe uma ampla discussão jurídica do que seja consumidor a partir do conceito que exprimem os artigos 2º, 17 e 29 do CDC.²⁹ Existem as chamadas teorias *finalista* – que exclui da proteção os adquirentes de insumos para outras atividades econômicas – e *maximalista* que exclui apenas hipóteses de revenda ou transformação (MARQUES, 2006, p.305). Apesar de ser certo que o consumidor final da atividade agrícola é afetado pelos agrotóxicos, não é tão tranquila, juridicamente falando, a visão dos usuários (produtores rurais e empregados) como consumidores (protegidos) de tais produtos. Todavia, a pertinência do CDC para a publicidade de agrotóxicos é resolvida pela própria legislação especial da questão (art. 9 a Lei Murad, tratada abaixo) que prevê a aplicação concorrente das sanções daquele código ao infrator desta lei.

O Código de Defesa do Consumidor funciona assim apenas como um quadro de normas gerais, o qual se aprofunda com o tratamento dado pelas legislações mais

²⁹ Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento. Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

específicas aos agrotóxicos, que serão tratadas no próximo item.

3.2 O CONTROLE DA PROPAGANDA DE AGROTÓXICOS

As restrições específicas à propaganda dos agrotóxicos foram tratadas em duas leis (Lei de Agrotóxicos e Lei Murad) que serão apresentadas a seguir.

3.2.1 A Lei de Agrotóxicos (nº 7.802/1989)

A Lei de Agrotóxicos tem em sua história legislativa iniciada em um anteprojeto (rejeitado) ainda em 1984. Este processo legislativo (arquivado) foi fruto da necessidade de segurança jurídica das empresas do setor que enfrentavam o despontar de diversas leis estaduais acerca do tema – cujas constitucionalidades estavam sob discussão provocada no STF, por iniciativa da indústria (FRANCO, 2013, p. 48). Em um segundo momento, após deflagrada a preocupação em se legislar sobre o tema, é possível identificar-se um movimento sanitário-ambiental, entre 1985 e 1989, fortemente influenciado pela experiência legislativa gaúcha e pelos atores nela envolvidos (IDEM, p.69).

De um modo geral, as preocupações contrárias ao interesse da indústria prevaleceram e a Lei nº 7.802/1989 estabeleceu regras mais rigorosas para a concessão de registro desses produtos. Inclusive, alguns pontos anteriormente declarados inconstitucionais pelo STF nas antigas leis estaduais – como a própria denominação “agrotóxicos” – acabaram consagrados na nova legislação e no texto constitucional.

No que tange à propaganda comercial de agrotóxicos, o artigo 8º indica que a propaganda comercial desses produtos, componentes e afins, em qualquer meio de comunicação, deverá conter, obrigatoriamente, clara advertência sobre os riscos do produto à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente:

Art. 8º A propaganda comercial de agrotóxicos, componentes e afins, em qualquer meio de comunicação, conterá, obrigatoriamente, clara advertência sobre os riscos do produto à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente, e observará o seguinte: I - estimulará os compradores e usuários a ler atentamente o rótulo e, se for o caso, o folheto, ou a pedir que alguém os leia para eles, se não souberem ler; II - não conterá nenhuma representação visual

de práticas potencialmente perigosas, tais como a manipulação ou aplicação sem equipamento protetor, o uso em proximidade de alimentos ou em presença de crianças; III - obedecerá ao disposto no inciso II do § 2º do art. 7º desta Lei.

Art. 7º Para serem vendidos ou expostos à venda em todo o território nacional, os agrotóxicos e afins são obrigados a exibir rótulos próprios e bulas, redigidos em português, que contenham, entre outros, os seguintes dados: (...) § 2º Fica facultada a inscrição, nos rótulos, de dados não estabelecidos como obrigatórios, desde que: I - não dificultem a visibilidade e a compreensão dos dados obrigatórios; II - não contenham: a) afirmações ou imagens que possam induzir o usuário a erro quanto à natureza, composição, segurança e eficácia do produto, e sua adequação ao uso; b) comparações falsas ou equívocas com outros produtos; c) indicações que contradigam as informações obrigatórias; d) declarações de propriedade relativas à inocuidade, tais como "seguro", "não venenoso", "não tóxico"; com ou sem uma frase complementar, como: "quando utilizado segundo as instruções"; e) afirmações de que o produto é recomendado por qualquer órgão do Governo.

3.2.2 A Lei Murad (nº 9294/1996)

A Lei Murad, nº 9294 de 1996, dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e agrotóxicos, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal. No caso específico da propaganda de agrotóxicos, o artigo 8º institui que:

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenha produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

Dessa forma, as propagandas em veículos genéricos de comunicação, voltadas ao público leigo (como era o caso das revistas *Veja* e *Senhor*), foram proibidas. Cabe ressaltar que a Lei neste caso reservou expressamente competências regulamentares ao Poder Executivo, mediante decreto presidencial. O Decreto 2.018 de 1.996, a partir da permissão legal, trata de especificar a normatização da propaganda nesse ramo.

Além de repetir a proibição legal de inserções em meios não especializados (artigo 17), discrimina-se no artigo 18 a proporção das advertências dos danos à saúde e ao meio ambiente, exigindo-se tamanho idêntico à própria identificação comercial do produto. As restrições mais detalhadas que a Lei segue com a norma (artigo 19) que

determina que a propaganda comercial deve alertar sobre a necessidade de receituário agrônomo para a aquisição desses produtos.

Os artigos 20 e 21 são bastante descritivos a respeito do que se espera da propaganda no sentido de, além de proteger o consumidor de abusos, incentivar comportamentos que ultrapassem o interesse comercial do anunciante e se coadunam à políticas públicas, inclusive no que tange à destinação de embalagens utilizadas:

Art. 20. A propaganda comercial de agrotóxicos, componentes e afins, em qualquer meio de comunicação, conterá, obrigatoriamente, clara advertência sobre os riscos do produto à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente, e observará o seguinte: I - estimulará os compradores e usuários a ler atentamente o rótulo e, se for o caso, o folheto, ou a pedir que alguém os leia para eles, se não souberem ler; II - não conterá: a) representação visual de práticas potencialmente perigosas, tais como a manipulação ou aplicação sem equipamento protetor, o uso em proximidade de alimentos ou presença de crianças; b) afirmações ou imagens que possam induzir o usuário a erro quanto à natureza, composição, segurança e eficácia do produto, e sua adequação ao uso; c) comparações falsas ou equívocas com outros produtos; d) indicações que contradigam as informações obrigatórias do rótulo; e) declarações de propriedades relativas à inocuidade, tais como "seguro", "não venenoso" "não tóxico", com ou sem uma frase complementar, como: "quando utilizado segundo as instruções"; f) afirmações de que o produto é recomendado por qualquer órgão do Governo. III - conterá clara orientação para que o usuário consulte profissional habilitado e siga corretamente as instruções recebidas; IV - destacará a importância do manejo integrado de pragas; V - restringir-se-á, na paisagem de fundo, a imagens de culturas ou ambientes para os quais se destine o produto. Parágrafo único. O oferecimento de brindes deverá atender, no que couber, às disposições do presente artigo, ficando vedada a oferta de quantidades extras do produto a título de promoção comercial.

Art. 21. A propaganda deverá sempre, em qualquer meio de comunicação, chamar a atenção para o destino correto das embalagens vazias e dos restos ou sobras dos produtos.

3.3 O DESEMPENHO ECONÔMICO DA AGRICULTURA (1990-2010)

Em termos de desempenho econômico, o período pós Constituição de 1988 foi marcado por um crescimento positivo no saldo da balança comercial agrícola brasileira, facilitado pela aceleração do processo de abertura comercial no início da década de 1990. Segundo Conceição e Conceição (2014, p.15) a participação do agronegócio brasileiro na construção da balança "tem sido crescente e superior ao desempenho nacional desde o início do processo de abertura". No período 1989-2012 o saldo do

agronegócio passou de US\$10,8 para US\$79,4 bilhões, significando um aumento de 735% (TABELA 1).

TABELA 1 - BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA E BALANÇA COMERCIAL DO AGRONEGÓCIO (1989-2012) (EM US\$ BILHÕES)

Ano	Exportações			Importações			Saldo	
	Total Brasil (A)	Agronegócio (B)	Participação % (B/A)	Total Brasil (C)	Agronegócio (D)	Participação % (D/C)	Total Brasil	Agronegócio
1989	34,383	13,921	40,49	18,263	3,081	16,87	16,119	10,840
1990	31,414	12,990	41,35	20,661	3,184	15,41	10,752	9,806
1991	31,620	12,403	39,23	21,040	3,642	17,31	10,580	8,761
1992	35,793	14,455	40,38	20,554	2,962	14,41	15,239	11,492
1993	38,555	15,940	41,34	25,256	4,157	16,46	13,299	11,783
1994	43,545	19,105	43,87	33,079	5,678	17,16	10,466	13,427
1995	46,506	20,871	44,88	49,972	8,613	17,24	-3,466	12,258
1996	47,747	21,145	44,29	53,346	8,939	16,76	-5,599	12,206
1997	52,983	23,367	44,10	59,747	8,193	13,71	-6,765	15,173
1998	51,140	21,546	42,13	57,763	8,041	13,92	-6,624	13,505
1999	48,013	20,494	42,68	49,302	5,694	11,55	-1,289	14,800
2000	55,119	20,594	37,36	55,851	5,756	10,31	-0,732	14,838
2001	58,287	23,857	40,93	55,602	4,801	8,64	2,685	19,056
2002	60,439	24,840	41,10	47,243	4,449	9,42	13,196	20,391
2003	73,203	30,645	41,86	48,326	4,746	9,82	24,878	25,899
2004	96,677	39,029	40,37	62,836	4,831	7,69	33,842	34,198
2005	118,529	43,617	36,80	73,600	5,110	6,94	44,929	38,507
2006	137,807	49,465	35,89	91,351	6,695	7,33	46,457	42,769
2007	160,649	58,420	36,37	120,617	8,719	7,23	40,032	49,701
2008	197,942	71,806	36,28	172,985	11,820	6,83	24,957	59,987
2009	152,995	64,786	42,35	127,722	9,900	7,75	25,273	54,886
2010	201,915	76,442	37,86	181,768	13,391	7,37	20,147	63,051
2011	256,040	94,968	37,09	226,238	17,497	7,73	29,802	77,471
2012	242,580	95,814	39,50	223,142	16,406	7,35	19,438	79,408

FONTE: AGROSTAT BRASIL A PARTIR DE DADOS DA SECEX/MDIC (2012)

Nos anos 2000 houve uma forte expansão das exportações brasileiras de *commodities* agrícolas, sem ampliação significativa das importações. Destaca-se que o aumento nas exportações foi alavancado principalmente pela demanda da China por esses produtos. Entre 2000 e 2012 as exportações agrícolas cresceram cerca de 190%

e os preços internacionais das principais *commodities* aumentaram 118% (BARROS; ADAMI, 2013, p.4). De acordo com Conceição e Conceição (2014, p.16) as exportações agrícolas foram responsáveis por 42,53% das exportações totais, no período 1989-2012. Já nas importações, o agronegócio foi responsável por apenas 7,7% destas (FIGURA 8). Tal desempenho positivo no saldo da balança comercial brasileira reforçou a influência política e a legitimação social, tanto dos atores ligados ao agronegócio, quanto ao modelo agrícola predominante, baseado no aumento constante da produtividade.

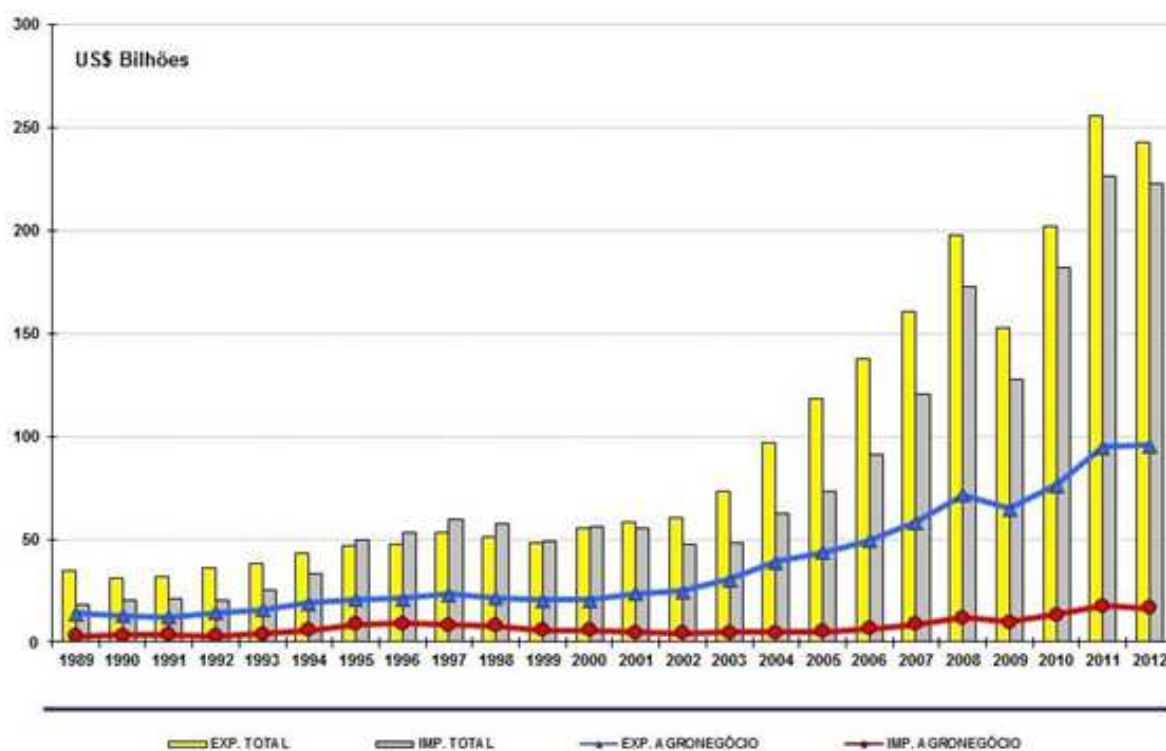


FIGURA 8 - EVOLUÇÃO ANUAL DA BALANÇA COMERCIAL DO BRASIL E DO AGRONEGÓCIO
 FONTE: Agro Stat Brasil, a partir de dados da SECEX/MDIC (2012)

3.4 O AMBIENTALISMO ATUAL E O CONTÍNUO ENFRENTAMENTO AOS AGROTÓXICOS

O desempenho econômico da agricultura apresentado acima contribuiu para que o Brasil se tornasse o segundo maior mercado consumidor de agrotóxicos³⁰ e o primeiro maior importador mundial desses produtos.³¹ Esses indicadores provocaram reações de segmentos da sociedade civil. Exemplos de iniciativas atuais de combate ao uso desses produtos são: o Fórum Nacional de Combate aos Efeitos dos Agrotóxicos e a Campanha Permanente contra os Agrotóxicos e pela Vida.

Criado pelo Ministério Público do Trabalho (MPT), em 2009, o Fórum Nacional de Combate aos Efeitos dos Agrotóxicos tem o objetivo de ser um instrumento de controle social na realização de audiências públicas, investigações e Termos de Ajuste de Conduta (TAC) na redução do uso de agrotóxicos para o limite permitido em lei. Para tanto, conta com a participação de organizações governamentais e não governamentais, de sindicatos, de universidades e do Ministério Público. Essa iniciativa do MPT foi uma resposta às estimativas da Organização Mundial de Saúde (OMS), de que aproximadamente 3 milhões de pessoas estavam sendo intoxicadas anualmente em decorrência do uso de agrotóxicos (TERRA DE DIREITOS, 2009).

O Fórum tem sua origem na experiência Pernambucana, pioneira, em 2001, na organização de um evento permanente de discussão e ação sobre os impactos negativos dos agrotóxicos na saúde, no ambiente e na sociedade. Essa iniciativa foi levada para outros estados que passaram a organizar seus fóruns e a estimular a construção de um fórum em âmbito nacional.

O mais recente encontro anual do Fórum Nacional de Combate aos Efeitos dos Agrotóxicos aconteceu nos dias 4 e 5 de dezembro de 2014, na sede da Procuradoria-Geral do MPT, em Brasília. O evento teve o intuito de discutir as perspectivas e os desafios do Programa Nacional de Redução de Agrotóxicos (MPT-PE, 2014).

Em 2011, outra importante iniciativa do movimento ambientalista teve início com a criação da Campanha Permanente contra os Agrotóxicos e pela Vida. Esta Campanha é um esforço coletivo, assumido por um conjunto de organizações e

³⁰ Em 2013 as vendas foram estimadas em US\$ 11,5 bilhões (SINDIVEG, 2014).

³¹ Importou produtos no valor total de US\$ 3 bilhões em 2013 (COMTRADE, 2014).

pessoas - 18 movimentos sociais e redes;³² 13 escolas, universidades e instituições de pesquisa;³³ 20 movimentos sindicais e entidades de classe;³⁴ 48 ONGs, assessorias, associações, cooperativas; e 10 movimentos estudantis³⁵ - que "visa combater a utilização de agrotóxicos e a ação de suas empresas (produtoras e comercializadoras), explicitando as contradições geradas pelo modelo de produção imposto pelo

³² ANA - Articulação Nacional de Agroecologia, CIMI - Conselho Indigenista Missionário, CP - Consulta Popular, CPT - Comissão Pastoral da Terra, FBES - Fórum Brasileiro de Economia Solidária, FBSSAN - Fórum Brasileiro de Segurança e Soberania Alimentar, LPJ - Levante Popular da Juventude, MAB - Movimento dos Atingidos por Barragens, MMC - Movimento das Mulheres Camponesas, MPA - Movimento dos Pequenos Agricultores, MPP - Movimento dos Pescadores e Pescadoras Artesanais, MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, PJMP - Pastoral da Juventude do Meio Popular, PJR - Pastoral da Juventude Rural, RADV - Rede de Alerta Contra o Deserto Verde, RECID - Rede de Educação Cidadã, REGA - Rede de Grupos de Agroecologia do Brasil, Via Campesina.

³³ ABRASCO - Associação Brasileira de Saúde Coletiva, FIOCRUZ - Fundação Osvaldo Cruz, INCA - Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva, EBDA - Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrário (BA), EFA - Escola Família Agrícola de Conceição de Ipanema (MG), EFA - Escola Família Agrícola de Veredinha (MG), ESTRU/UFMG - Grupo de Estudos em Saúde e Trabalho Rural da Universidade Federal de Minas Gerais (MG), NAC - Núcleo de Agroecologia e Campesinato/UFVJM (MG), Núcleo Tramas – UFC (CE), Soltec/UFRJ - Núcleo de Solidariedade Técnica (RJ), UFFS - Universidade Federal da Fronteira Sul, UFRRJ - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, UNIVASF - Universidade Federal do Vale do São Francisco.

³⁴ ASFOC - Sindicato dos Trabalhadores da Fiocruz, Conselho Federal de Nutricionistas (CFN), CONTAG - Confederação Nacional do Trabalhadores na Agricultura, CREA - Conselho Regional de Engenharia e Agronomia, CUT - Central Única dos Trabalhadores, SINPAF - Sindicato Nacional dos Trabalhadores de Pesquisa e Desenvolvimento Agropecuário, ADERE-MG - Articulação dos Empregados Rurais do Estado de Minas Gerais (MG), Associação dos Engenheiros Agrônomos da Bahia - AEABA (BA), CRN9 - Conselho Regional de Nutricionistas da 9ª Região (MG), FETAMG - Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Minas Gerais (MG), FETQUIM-CUT - Federação dos Trabalhadores Químicos da CUT no Estado de São Paulo (SP), SENGE-RJ - Sindicatos dos Engenheiros (RJ), SEPE-RJ - Sindicato Estadual dos Profissionais em Educação (RJ), Sindicato dos Comerciantes de Petrolina (PE), SindiPetro-RJ - Sindicato dos Petroleiros (RJ), SINTAGRO-BA - Sindicato dos Trabalhadores nas Empresas Agrícolas da Bahia (BA), Sinttel - Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações de Minas Gerais (MG), STR - Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Ibirité (MG), STR de Petrolina (PE), STTR - Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais de Miradouro (MG).

³⁵ ABEEF - Associação Brasileira dos Estudantes de Engenharia Florestal, DENEM - Direção Executiva Nacional dos Estudantes de Medicina, ENEBIO - Entidade Nacional de Estudantes de Biologia, ENEN - Executiva Nacional dos Estudantes de Nutrição, FEAB - Federação dos Estudantes de Agronomia do Brasil, DA de Agronomia da UNEB (BA), DA de Agronomia da UNIVASF (PE/BA), DCE-UNIVASF (PE/BA), DPQ (RJ), GEAARA (BA).

agronegócio". (CAMPANHA PERMANENTE CONTRA OS AGROTÓXICOS E PELA VIDA, 2011).

De acordo com o *site* da Campanha, seu objetivo é "sensibilizar a população brasileira para os riscos que os agrotóxicos representam, e a partir daí tomar medidas para frear seu uso no Brasil". O movimento alerta que "hoje existem provas concretas dos males causados pelos agrotóxicos tanto para quem o utiliza na plantação, quanto para quem o consome em alimentos contaminados".

Os ingredientes ativos presentes nos agrotóxicos podem causar esterilidade masculina, formação de cataratas, evidências de mutagenicidade, reações alérgicas, distúrbios neurológicos, respiratórios, cardíacos, pulmonares, no sistema imunológico e no sistema endócrino, ou seja, na produção de hormônios, desenvolvimento de câncer, dentre outros agravos à saúde. O uso de agrotóxicos está deixando de ser uma questão relacionada especificamente à produção agrícola e se transformando em um problema de saúde pública e preservação da natureza.

A Campanha luta por um modelo de desenvolvimento agrário que valoriza a agroecologia e que acredita no campesinato. Seus objetivos específicos são:

i) construir um processo de conscientização na sociedade sobre a ameaça que representam os agrotóxicos, denunciando os seus efeitos degradantes à saúde (tanto dos trabalhadores rurais como dos consumidores nas cidades) e ao meio ambiente (contaminação dos solos e das águas); ii) fazer da campanha um espaço de construção de unidade entre ambientalistas, camponeses, trabalhadores urbanos, estudantes, consumidores e todos aqueles que prezam pela produção de um alimento saudável que respeite ao meio ambiente; iii) denunciar e responsabilizar as empresas que produzem e comercializam agrotóxicos. Criar formas de restringir o uso de venenos e de impedir sua expansão, propondo projetos de lei, portarias e outras iniciativas legais e; iv) pautar na sociedade a necessidade de mudança do atual modelo agrícola que produz comida envenenada para um modelo baseado na agricultura camponesa e agroecológica. (CAMPANHA PERMANENTE CONTRA OS AGROTÓXICOS E PELA VIDA, 2011)

Quanto às exigências feitas, as principais são:

i) exigir que o MDA e Banco Central determinem a que seja proibido a utilização dos Créditos oriundos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF para a aquisição de agrotóxicos, incentivando a aquisição/utilização de insumos orgânicos e a produção de alimentos saudáveis; ii) exigir da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA – a reavaliação periódica de todos os agrotóxicos autorizados no país, além de aprofundar o processo de avaliação e fiscalização à contaminação de água para consumo público; iii) que os governos estaduais e assembleias legislativas proibam a pulverização aérea (feita pela aviação agrícola) de agrotóxicos em seus estados; iv) que o Ministério da Saúde organize um novo padrão de registro, notificação e monitoramento no âmbito do Sistema Único de Saúde

dos casos de contaminações, seja no manuseio de agrotóxico, seja na contaminação por água, meio ambiente ou alimentos, orientando a todos profissionais de saúde para esses procedimentos; v) que haja fiscalização para que se cumpra o código do consumidor e todos os produtos alimentícios tragam no rótulo se foi usado agrotóxico na produção, dando opção ao consumidor de optar por produtos saudáveis; vi) aumentar a fiscalização das condições de trabalho dos trabalhadores expostos aos agrotóxicos, desde a fabricação na indústria química até a utilização na lavoura e o manuseio no transporte e; vii) exigir que o Ministério Público Estadual e Federal, e organismos de fiscalização do meio ambiente, fiscalizem com maior rigor o uso de agrotóxicos e as contaminações decorrentes no meio ambiente, no lençol freático e nos cursos d'água (CAMPANHA PERMANENTE CONTRA OS AGROTÓXICOS E PELA VIDA, 2011).

Exemplos de estratégias de comunicação, nas quais a Campanha está envolvida, são os filmes "O veneno está na mesa" e "O veneno está na mesa II". O primeiro foi lançado em 2011 e trata dos riscos ambientais e de saúde pública, além dos históricos interesses econômicos da iniciativa pública e privada nesse setor. O segundo, lançado em 2014, avança na abordagem do modelo agrícola nacional atual e de suas consequências para a saúde pública. Apresenta experiências agroecológicas empreendidas em todo país, mostrando a existência de alternativas de produção de alimentos saudáveis, que respeitam a natureza, os trabalhadores rurais e os consumidores.

3.5 AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DEFESA VEGETAL (ANDEF) NO PERÍODO PÓS CONSTITUIÇÃO DE 1988

O final dos anos 1980 marcou a conformação de um novo contexto sociopolítico, no qual os direitos fundamentais do cidadão, como saúde, meio ambiente e acesso à informação passaram a fazer parte da agenda política, ao mesmo tempo em que o movimento ambientalista pode beneficiar-se de todo um aparato institucional de questionamento e controle dos efeitos adversos oriundos da difusão da Revolução Verde.

Neste cenário, a ANDEF buscou alterar suas estratégias de comunicação em diversos aspectos, os quais serão objeto de discussão deste item. Apresenta-se aqui a evolução das estratégias de comunicação da ANDEF, a partir dos novos elementos incorporados ao discurso da associação junto a um amplo público-alvo que compreende diferentes segmentos importantes da cadeia produtiva na qual se insere

(produtores, consumidores e pesquisadores). Destacam-se quatro ações de comunicação: i) Selo de advertência da ANDEF; ii) ANDEF e a educação; iii) ANDEF e parcerias: Sou Agro e Desafio 2050; e iv) Prêmios da ANDEF: "Mérito Fitossanitário" e "Heróis da Revolução Verde".

3.5.1 O selo de advertência da ANDEF

A partir do início da vigência da Lei de Agrotóxicos (Nº 7.802/1989), as propagandas desses produtos tiveram que conter, obrigatoriamente, informações de advertência a respeito dos riscos à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente. Assim, a ANDEF criou um selo padrão com informações a respeito dos riscos de uso, das instruções contidas no produto, da idade permitida para a manipulação do agrotóxico e da necessidade do receituário agrônomo (FIGURA 9). Desde então, todas as propagandas de agrotóxicos contêm este selo. Exemplos disso são: a propaganda da empresa Dow AgroSciences (FIGURA 10) e a propaganda da empresa Syngenta (FIGURA 11), ambas veiculadas pela Revista Globo Rural, no início da década de 2000.

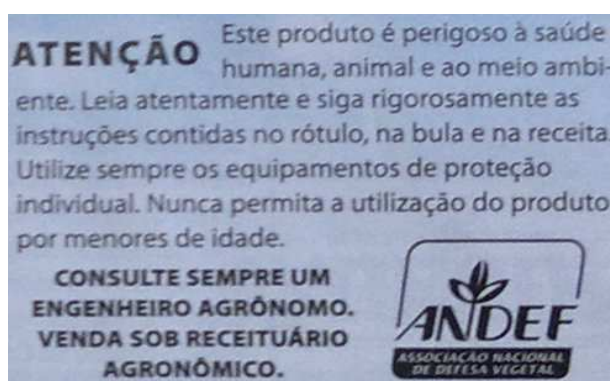


FIGURA 9 - SELO DE ADVERTÊNCIA
FONTE: Revista Globo Rural (2002)

Atenção. Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade. Consulte sempre um engenheiro agrônomo. Venda sob receituário agrônomo.



FIGURA 10 - PROPAGANDA DA EMPRESA DOW AGROSCIENCES (2001)
FONTE: Revista Globo Rural (2001).



FIGURA 11 - PROPAGANDA DA EMPRESA SYNGENTA (2003)
FONTE: Revista Globo Rural (2003).

Ressalta-se que, a partir de 1996 com a vigência da Lei Murad, ao ser proibida de se comunicar diretamente com o público leigo, a ANDEF apenas se comunicava com o produtor rural sobre os riscos associados aos produtos e as formas de minimizar os mesmos, utilizando a lógica do uso adequado. Assim, até desenvolver estratégias que pudessem ser veiculadas aos demais públicos, limitou-se a esses avisos de advertência (selos).

3.5.2 A ANDEF e a educação

Atualmente, a ANDEF investe em programas de educação, formação e capacitação de produtores rurais, familiares e demais agentes da cadeia produtiva brasileira de agricultura. De acordo com a associação (ANDEF, 2014a), em 2012, cerca de seis milhões de pessoas tiveram contato com cursos e eventos promovidos por ela, por suas empresas associadas ou por suas entidades parceiras. Nos últimos dezoito anos, estima-se que mais de 18 milhões de pessoas foram treinadas por programas ligados à entidade. A área da ANDEF de atuação na educação é mais conhecida como "ANDEFedu". Esse braço tem como missão:

Difundir as boas práticas agrícolas, estimular a responsabilidade socioambiental e capacitar o homem do campo. Entre as principais atividades promovidas pela entidade, estão palestras sobre o Manejo Integrado de Pragas, técnicas de aplicação de defensivos e uso correto de equipamentos de segurança (EPI), assistência técnica a pequenos e médios produtores e programas de extensão rural. (ANDEF, 2014a)

Desde 2012, as ações de educação são vinculadas a um personagem chamado "Andefino" (FIGURA 12). O mascote³⁶ foi criado, segundo a ANDEF, com o intuito de motivar as boas práticas agrícolas no campo. Segundo a associação, o Andefino estará presente em todas as formas de comunicação e interação desenvolvidas ou apoiadas pela ANDEFedu, pois "é um recurso valioso de relacionamento que possibilita a abordagem de temas mais sérios de forma leve e didática" (ANDEFedu, 2012).

³⁶ Na visão de Perez (2008, p.4) o mascote é um nome dado a um objeto ou ser que é escolhido como representante visual ou identificar de um elemento que se deseja denotar.



FIGURA 12 - MASCOTE DA ANDEF
FONTE: ANDEF (2012)

A Associação Nacional de Defesa Vegetal lança seu mascote, personagem ilustrado com missão de motivar as Boas Práticas Agrícolas no campo. Andefino, o novo mascote da ANDEF, será a figura de comunicação entre a entidade e os agricultores. Produtor rural e muito responsável com suas atividades no campo, principalmente quando se trata do processo de aplicação de defensivos agrícolas, Andefino focará seu discurso nas Boas Práticas Agrícolas. Andefino estará nos materiais educativos, cursos, feiras agrícolas e eventos do setor. As diversas peças de divulgação da Associação, com ilustração do Andefino, serão distribuídas no campo, juntos aos produtores rurais e suas famílias. (ANDEF, 2012)

As ações voltadas aos agricultores compreendem uma série de manuais técnicos: i) manual de tecnologia de aplicação (FIGURA 13); ii) manual de boas práticas do uso de EPIs (FIGURA 14); iii) manual de transporte de produtos fitossanitários (FIGURA 15); iv) manual de armazenamento de produtos fitossanitários (FIGURA 16); v) manual de boas práticas de aplicação de produtos fitossanitários (FIGURA 17); e vi) manual de boas práticas agrícolas no campo (FIGURA 18).

Esses manuais trazem informações a respeito de: i) como planejar a aplicação dos agrotóxicos de maneira responsável (correta e segura) e sustentável (FIGURA 13); ii) como utilizar de maneira adequada os equipamentos de proteção individual (EPIs) (FIGURA 14); iii) como transportar de maneira segura os agrotóxicos (FIGURA 15); iv) como construir, organizar e gerenciar armazéns para a estocagem desses produtos

(FIGURA 16); v) reforça formas sustentáveis de uso dos agrotóxicos (FIGURA 17); e vi) reforça a lógica do uso adequado (FIGURA 18).



FIGURA 13 - MANUAL DE TECNOLOGIA DE APLICAÇÃO
FONTE: ANDEFedu (2013)

Apesar de fundamentais para a maioria dos sistemas de produção agrícola, os produtos fitossanitários podem oferecer riscos para o ambiente. A tecnologia de aplicação deve ser planejada de maneira responsável e sustentável, sempre visando minimizar o potencial de danos à saúde humana, animal e aos recursos naturais. Para melhorar este desempenho, são essenciais a utilização correta e segura dos produtos fitossanitários e a capacitação da mão de obra para o uso eficaz dos equipamentos de aplicação.



FIGURA 14 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS NO USO DE EPI
FONTE: ANDEFedu (2013)

Os agrotóxicos são muito importantes para proteger as culturas do ataque de pragas, doenças e plantas daninhas, mas podem ser perigosos se usados de forma inadequada. Foi pensando em promover o uso adequado de agrotóxicos e em fornecer orientações básicas, desde a aquisição dos produtos até o destino final de embalagens vazias, que a ANDEF e seu Comitê de Boas Práticas Agrícolas – COGAP – organizaram o Manual de Boas Práticas no Uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs).



FIGURA 15 - MANUAL DE TRANSPORTE DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS
FONTE: ANDEFedu (2012)

Este manual visa promover as boas práticas agrícolas e fornecer atualizações legais e normativas acerca do transporte seguro de produtos fitossanitários classificados como perigosos. Além de apresentar as normas e

legislação de transportes alteradas a partir de 2004 até a presente data, este manual destaca os principais aspectos relacionados à legislação de proteção ambiental. O manual traz informações sobre os requisitos mínimos para o transporte seguro e adequado de produtos fitossanitários e sobre os aspectos ligados às legislações específicas estaduais e/ou municipais. Traz ainda boas práticas agrícolas resultantes de um histórico positivo entre produtores e distribuidores.



FIGURA 16 - MANUAL DE ARMAZENAMENTO DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS
FONTE: ANDEFedu (2012)

Este manual introduz os conceitos mais elevados de armazenamento de produtos fitossanitários como, por exemplo, o armazenamento de líquidos inflamáveis em armazéns protegidos, uma vez que alguns deles são formulados com solventes orgânicos e foi elaborado com base na legislação e normatização brasileiras, sendo resultado da vasta experiência adquirida por especialistas em armazenamento em diversos países. Seu objetivo principal é de orientar tecnicamente os canais de distribuição sobre como construir, organizar e gerenciar armazéns para estocagem de produtos fitossanitários, com segurança.



FIGURA 17 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS DE APLICAÇÃO DE PRODUTOS FITOSSANITÁRIOS
FONTE: ANDEFedu (2012)

Os produtos fitossanitários, defensivos agrícolas ou agroquímicos têm como função principal combater pragas, doenças e plantas daninhas que acometem os cultivos. Como substâncias químicas que têm uma atividade biológica inerente, eles podem afetar outros organismos vivos que não são o alvo original do tratamento. Este manual tem como objetivo informar e reforçar as instruções e formas sustentáveis de uso de produtos fitossanitários.



FIGURA 18 - MANUAL DE BOAS PRÁTICAS AGRÍCOLAS NO CAMPO
FONTE: ANDEFedu (2012)

Os agrotóxicos são muito importantes para proteger as culturas do ataque de pragas, doenças e plantas daninhas, mas podem ser perigosos, se

usados de forma inadequada. Foi pensando em promover o uso adequado de agrotóxicos e em fornecer orientações básicas – desde a aquisição desses produtos até o destino final de embalagens vazias – que a ANDEF e o Comitê de Boas Práticas Agrícolas – COGAP organizaram o Manual de Boas Práticas Agrícolas no Campo. Com a ajuda do Andefino – o mascote da ANDEF – queremos levar essas informações importantes até você.

Outras ações voltadas à capacitação dos agricultores são as palestras e os dias de campo que acontecem no meio rural. Um exemplo dessas ações é a carreta lançada, em 2012, em uma parceria da operadora logística Luft e da ANDEF. O caminhão participa de eventos especiais e no dia a dia é utilizado no transporte de agrotóxicos e embalagens vazias. O ex-gerente de educação da ANDEF, José Annes Marinho, em 2012, explicou que o motorista desse veículo é "uma pessoa treinada para levar materiais, vídeos e informações de educação sobre as boas práticas para todos os locais os país" (SOU AGRO, 2012). O veículo leva a figura do Andefino (FIGURA 19).



FIGURA 19 - CARRETA ANDEFINO
FONTE: Sou Agro (2012)

Essas ações da ANDEF direcionadas aos produtores e aos trabalhadores rurais podem ser consideradas como um processo de extensão rural no qual a distribuição dos manuais técnicos, as palestras e os dias de campo representam "o ato de estender, levar ou transmitir conhecimentos de sua fonte geradora ao receptor final: o público rural" (PEIXOTO, 2008.p.7).

Esse processo no qual a lógica do uso adequado está presente - pode ser também compreendido como uma estratégia de *framing* de responsabilidade (HALLAHAN, 1999), uma vez que as advertências divulgadas buscam isentar a

responsabilidade da ANDEF quanto aos riscos oferecidos pelos agrotóxicos. Lendo os manuais compreende-se que: i) se a aplicação for correta, não haverá risco (FIGURA 13); ii) se os EPIs forem utilizados adequadamente, os produtos não serão perigosos (FIGURA 14); iii) se o transporte for seguro, não haverá problemas (FIGURA 15); iv) se o armazenamento for correto, o produto será seguro (FIGURA 16). Isso quer dizer, que havendo problemas com a utilização dos agrotóxicos, a responsabilidade pode ser transferida para quem aplica, transporta ou armazena os agrotóxicos.

Além das ações voltadas aos agricultores, a ANDEF possui projetos direcionados ao público urbano, que "conhece muito pouco sobre a agricultura e o papel dos agrotóxicos". Neste caso, o objetivo é "mostrar a importância da atividade e de que maneira a adoção de modernas ferramentas de cultivo ajudou o Brasil a se consolidar como referência em produtividade e sustentabilidade no campo" (ANDEF, 2014b). Esses projetos estão presentes em salas de aula de todo o país, desde a pré-escola até a pós-graduação.

O agronegócio está no DNA do brasileiro, mas ainda é pouco discutido nas escolas. Buscando disseminar conhecimento sobre ciência e sustentabilidade no agronegócio, a ANDEF faz um trabalho junto aos estudantes em todo o país, da pré-escola ao MBA. (ANDEF, 2014b)

Quanto a estas ações, o processo de extensão rural pode ser entendido como um processo educativo de comunicação de conhecimentos de natureza técnica ou não técnica, como prevê Peixoto (2008, p.7). Durkheim (2014, p.50) explica que para que o processo de educação aconteça "é preciso que uma geração de adultos e uma de jovens se encontrem face a face e que uma ação seja exercida pelos primeiros sobre os segundos". A educação é a fonte de reprodução e fortalecimento dessa característica e a maneira pela qual a sociedade, no caso, a ANDEF prepara as condições de sua própria existência. Como observa Habermas (2012b, p.252), o conhecimento gerado representa "o estoque ou reserva de saber, do qual os participantes da comunicação extraem interpretações no momento em que tentam se entender sobre algo no mundo". Um exemplo desses projetos educacionais é o "Andefino na escola". Lançado, em 2014, em parceria com a Secretaria de Educação

de Campinas, abrange 50 escolas municipais na região. A previsão feita ao longo do ano passado era de que cerca de 700 crianças recebessem a visita do Andefino.

Nos encontros, o Andefino é acompanhado de um contador de histórias que, de forma lúdica, conta a história da agricultura no Brasil, fala da importância de cuidar da plantação e de profissões relacionadas ao campo (FIGURA 20). Os alunos recebem um "kit educacional" contendo: sacola com lápis de cor, caderno de colorir, gibi, CD e DVD (FIGURA 21). "O projeto tem como objetivo planejar, organizar, inovar, desenvolver novas formas de educar e levar a responsabilidade socioambiental e as boas práticas agrícolas aos campos brasileiros" (Sou Agro, 2014).



FIGURA 20 - PROJETO "ANDEFINO NA ESCOLA"

FONTE: ANDEFedu (2014b)



FIGURA 21 - KIT EDUCACIONAL DA ANDEF

FONTE: ANDEFedu (2014b)

O gibi "A Granja Kids: Turma do Dadico" distribuído nesse kit é uma versão infantil da Revista A Granja³⁷ (FIGURA 22). Tem como patrocinadores: ANDEF, John Deere, Jacto, Pioner, Semeato, Associação Brasileira de Brangus e Kepler Weber. A revista infantil foi lançada em abril de 2013, somando até agora um total de 23 edições. Os personagens dos quadrinhos têm uma visão de produção sustentável de alimentos baseada em insumos, máquinas e equipamentos de alta tecnologia. O Andefino é o personagem "que entende tudo sobre plantas e plantio e está sempre lutando para a preservação do meio ambiente". As histórias descrevem a agricultura brasileira moderna como aquela que dá suporte ao superávit da balança comercial, que exporta alimento para o mundo e que dá orgulho a quem está inserido nesta cadeia produtiva (A GRANJA KIDS, 2014).

³⁷ Revista brasileira dirigida ao produtor rural, editada pela Editora Centaurus, é a mais antiga em sua área de circulação no país.



FIGURA 22 - EDIÇÕES DA REVISTA A GRANJA KIDS
FONTE: A GRANJA KIDS (2014)

O CD e DVD "Proteger a Plantação", também distribuídos às crianças, foram lançados, em fevereiro de 2014, em Campinas (figura 23). O evento contou com a presença da Secretária de Educação Municipal, Solange Pelicer, que ministrou a palestra "As expectativas da educação para os próximos anos". Nas palavras do gerente de educação da ANDEF, a proposta desse trabalho é "ensinar, de forma lúdica, a importância da agricultura para o país. E, de certa forma, incentivar a garotada a trabalhar em prol do agro brasileiro". As mídias trazem uma canção infantil que fala do combate às pragas e da produção de alimentos saudáveis. Tem como refrão: "Sou o Andefino, o seu amigo. Vou te ensinar a cuidar da plantação. O mundo agro é tão bonito e protegê-lo é a nossa missão" (ANDEF, 2014c).



FIGURA 23 - CD "PROTEGER A PLANTAÇÃO"
FONTE: ANDEF (2014c)

Na visão de Trindade e Perez (2009, p.27) um mascote "consiste num símbolo da marca e faz parte de seus sistemas de comunicação, desempenhando um papel de mediador entre a realidade física da marca e a realidade psíquica e emocional dos diferentes públicos". Esse personagem "falseia o real emissor" e oferece sua imagem e voz para dar credibilidade, segurança e identidade ao produto ou serviço que oferece. "É uma estratégia que busca compartilhar/transmitir os valores da pessoa que protagoniza o discurso para o objeto a que ele se refere"(IDEM, 2009, p.29). Assim, quem se comunica com o público é uma figura crível que testemunha e garante a confiabilidade do produto ou do modo de produção que divulga. Não é mais o fabricante distante com suas peças publicitárias, mas uma figura lúdica que se aproxima e interage. É portanto um aliado que se apresenta para acompanhar e orientar o dia a dia do uso adequado e, portanto, sem risco de uma substância tóxica.

O mascote tem efeito especial no que diz respeito à humanização e afetividade. Como materializa a marca por meio da antropomorfização, acaba se aproximando emocionalmente das pessoas (IBIDEM, 2009, p.30). Nesse sentido, Perez (2008, p.6) explica que a primeira função de um mascote é "ativar mecanismos de identificação que induzam de alguma forma a vontade que o consumidor possa ter em 'ser como' os personagens apresentados ou que ele se reveja neles, sentindo-se como eles ou parte deles".

Nesse sentido a ANDEF idealizou um "sujeito-modelo" (Andefino) - a figura de um agrônomo - que tem formação científico técnica e um discurso politicamente correto.³⁸ O personagem veste uma camisa verde - cor que sinaliza um compromisso com a sustentabilidade no cenário atual - e age como um mediador entre a realidade da ANDEF e a realidade dos públicos rural e urbano.

O mascote personifica a atividade de extensão/educação, aproximando-se emocionalmente dos receptores e oferecendo sua imagem para dar segurança ao uso de agrotóxicos. Um exemplo desse tipo de aproximação pode ser observado no manual de "Boas Práticas Agrícolas no Campo". Na parte final, que trata a respeito dos primeiros socorros em caso de acidente, a ANDEF adota a estratégia de construção da

³⁸ Em diversas imagens o mascote aparece dizendo "Cuide da sua saúde", "Siga as boas práticas agrícolas". Além disso, no gibi "A Granja Kids", o personagem aparece constantemente lutando pela preservação do meio ambiente.

confiança dos agricultores no uso dos produtos com base em dois argumentos: um explícito e outro implícito.

O primeiro é o de que os produtos só causarão acidentes se forem incorretamente utilizados: "acidentes podem ocorrer por imprudência no manuseio ou na aplicação de agrotóxicos, ou por falta de informação" (Manual de Boas Práticas Agrícolas no Campo, 2012, p.15). O segundo argumento é que a eventual necessidade de atendimento médico diante de um acidente será resolvida sem grandes dificuldades. Isso pode ser observado no *framing* da figura 24, onde o Andefino aparece acompanhando um casal de agricultores no hospital. A imagem oferece ao observador uma sensação de que o casal está sendo protegido pelo mascote em uma ocasião de acidente. A figura minimiza a gravidade da situação diante das expressões faciais tranquilas dos quatro personagens, dando a impressão de que o problema foi resolvido com facilidade, ou seja, por meio da comunicação do uso adequado da substância tóxica.



FIGURA 24 - PRIMEIROS SOCORROS

FONTE: Manual de Boas Práticas Agrícolas no Campo, 2012

Munido de argumentos baseados na técnica e na ciência, o Andefino traz a ideia de segurança por meio da racionalização. Isso condiz com a visão de Habermas (1987), que trata da dependência progressiva que a racionalização da sociedade tem

pelo progresso científico e técnico. Nesse sentido, as relações de produção da indústria de agrotóxicos passam a se apresentar como a "forma de organização tecnicamente necessária de uma sociedade racionalizada".

Outra estratégia de comunicação dirigida às crianças é o livro "Pequenas Histórias de Plantar e de Colher", lançado em 2013 (FIGURA 25). Resultado de uma parceria entre a ANDEF e a jornalista Ruth Bellinghini, conta a história do agronegócio brasileiro baseada em história, geografia, biologia e química. No ano do lançamento, o material foi distribuído para cerca de 4 mil escolas em todo o país. Em 2014, foram firmadas parcerias: com as Secretarias de Agricultura e Abastecimento e de Educação do Estado de São Paulo, que estimou o envio de livros para 3.800 escolas do estado; e com a UNESCO, que tinha o intuito de levar o material à escolas credenciadas ao PEA-UNESCO (ANDEF, 2014b).

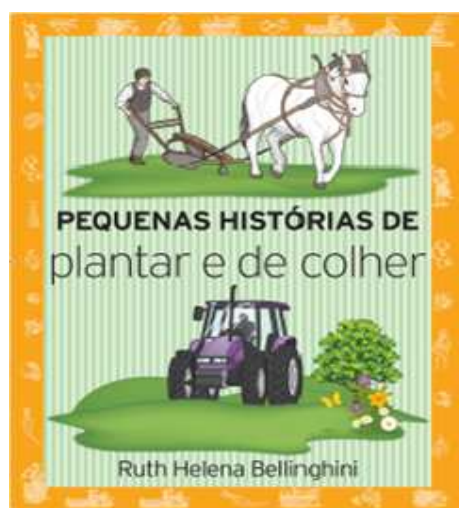


FIGURA 25 - LIVRO "PEQUENAS HISTÓRIAS DE PLANTAR E DE COLHER"
FONTE: Bellinghini (2013)

Pequenas Histórias de Plantar e Colher é dividido em seis capítulos: i) Como Apareceram as Culturas; ii) Grandes Aventuras; iii) A Era das Máquinas e da Ciência; iv) A Ciência das Plantas; v) A Revolução Verde; e vi) Agronomia como Ciência e Agro.

O livro enquadra assuntos como: a ameaça à sobrevivência dos povos causada pela fome, o ataque constante das pragas, o combate a essas pragas, o cenário atual

de desnutrição no mundo, a imagem do Brasil como celeiro do mundo, o incentivo às profissões ligadas ao campo, entre outros assuntos.

Quanto à ameaça à sobrevivência dos povos causada pela fome, a história fala da época em que o Brasil foi descoberto e de como as pessoas se alimentavam mal na Europa:

O pão era o alimento básico da população e, por isso, as secas, o excesso de chuvas, as pragas de gafanhotos ou lagartas, qualquer fato que diminuísse a produção de grãos mergulhava o país na tragédia da fome, e o povo mais pobre fazia o que podia para sobreviver, ingerindo cascas de árvores e até ratos. (BELLINGINI, 2013, p. 27)

Um dos motivos da má alimentação era o ataque constante das pragas:

(...) no dia em que nasceu a agricultura, nasceram também as pragas agrícolas, isto é as ervas daninhas que se espalham pelas plantações em busca de nutrientes e de água e um número enorme de insetos e fungos que disputam o alimento conosco.

Faz 10 mil anos que, além de lutar contra a seca, contra as chuvas em excesso e contra o frio, o agricultor enfrenta todas essas pragas. (BELLINGINI, 2013, p. 32)

Em relação ao combate a essas pragas, o livro conta que, por volta de 1940, surgiram os primeiros inseticidas sintéticos, por exemplo o DDT. E que duas décadas mais tarde, o livro "Primavera Silenciosa" de Rachel Carson iniciou uma discussão que levou à proibição do DDT em vários países na década de 1970. Entretanto, ensina que muita coisa mudou desde aquela época e que agora os produtos são mais controlados e seguros.

O século XX foi o século da química e, por volta de 1940, começaram a aparecer os primeiros pesticidas sintéticos (...).

Quando a guerra acabou, em 1945, empresas passaram a oferecer DDT aos agricultores. "Famoso inseticida descoberto durante a guerra agora disponível para civis", dizia um anúncio da época.

Em junho de 1962, uma norte-americana chamada Rachel Carson publicou um livro, intitulado "Primavera Silenciosa", no qual revelava que os pesticidas estavam não apenas matando insetos, mas também envenenando o meio ambiente.

Desde essa época, muita gente começou a desconfiar de quase tudo o que vem da química e da indústria. De lá para cá, muita coisa mudou. Os produtos agora são mais controlados e seguros, e os agricultores têm meios de obter informações sobre quanto, quando e como aplicá-los. Isso inclui o uso de equipamentos de proteção e o descarte correto das embalagens. (BELLINGINI, 2013, p. 43;44)

O final de "Pequenas Histórias de Plantar e Colher" apresenta o mapa de desnutrição da população do planeta, considerando o período 2006 a 2008, com o título "Um bilhão de pessoas dormem com fome todos os dias". Traz a ideia do Brasil como o "celeiro do mundo" e a necessidade do país continuar aumentando a quantidade produzida, pois em "2050 seremos 9,3 bilhões e, para alimentar uma população desse porte, teremos de produzir a mesma quantidade de alimentos que produzimos em 10 anos de agricultura". Por fim, termina com um alerta aos estudantes: a necessidade de que se dediquem ao estudo de profissões ligadas ao agronegócio - "daqui a alguns anos, quando você começar a imaginar que carreira vai querer seguir, pense no campo e nas profissões necessárias para que produção cresça ainda mais e o Brasil se torne, realmente, o celeiro do mundo" (BELLINGINI, 2013, p. 58;59).

Outro projeto educacional é o curso de pós-graduação "MBA em Fitossanidade", realizado pelo Instituto Agronômico de Campinas - um instituto de pesquisa pública vinculado à Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo - em parceria com a ANDEF.

O MBA em Fitossanidade tem como objetivo principal reunir conhecimentos sobre Fitossanidade, segurança na agricultura, gestão de pessoas e comunicação, com abordagem teórica e prática. Interligados, esses conhecimentos podem gerar eficazes ferramentas para levar aos diversos públicos o conhecimento agrícola e suas relações com os universos rural e urbano, abrangendo diferentes aspectos da cadeia produtiva. Além disso, a competência e a diversidade científica do IAC, tem um caráter interdisciplinar que associa a área técnica a informações sobre gestão e comunicação. (ANDEF, 2014d)

Nas estratégias educacionais da ANDEF (livros, gibis, cds, cursos) o auditório a ser atingido são as gerações futuras que precisam ser educadas, a fim de dar continuidade e manter a aceitação do modelo de produção do agronegócio. Com o intuito de convencer, a associação (orador) precisou se adaptar ao público que deseja atingir. Consequentemente, quando os receptores são as crianças, o Andefino aparece acompanhando de um contador de histórias, gibis, caça-palavras, cadernos de colorir e músicas infantis.

Essas estratégias de comunicação podem ser analisadas como mensagens ideológicas que objetivam a aceitação de uma visão de mundo em prol do agronegócio. Pautada em um sentimento de orgulho pelo setor, a ideologia imposta é que as gerações futuras têm a missão de proteger o mundo agro de um país com forte

vocação agrícola no cenário nacional e internacional. E transfere para as crianças a responsabilidade de que o país se torne o celeiro de alimentos do mundo. Esse caso pode ser visto como uma situação de discurso distorcida,³⁹ na qual falante (Andefino) e ouvinte (crianças) não se encontram em posição igual em relação ao acesso às regras e às informações. A ANDEF através do mascote, adota uma postura de racionalização - apontando razões convincentes e sustentáveis, selecionando e incorporando elementos do discurso utilizados pelos críticos à esse modelo agrícola.

3.5.3 A comunicação institucional: Sou Agro e Desafio 2050

Em parceria com outras instituições ligadas ao agronegócio, a ANDEF participa de duas campanhas ligadas à discussão da produtividade agrícola do país e da construção de uma imagem positiva do setor: o Sou Agro e o Desafio 2050.

Em 2011 foi veiculada uma campanha de comunicação intitulada "Sou Agro", de autoria multissetorial de empresas e entidades representativas do agronegócio brasileiro. A iniciativa é um canal permanente de diálogo entre o agronegócio e seus diversos públicos de interesse (especialmente o cidadão urbano). De acordo com o site da campanha "contar a realidade do agro, mostrando os benefícios sociais, econômicos e ambientais que o setor gera para toda a sociedade, é um processo fundamental para pautar o futuro do Brasil com base no desenvolvimento sustentável".

Sou Agro conta com apoio político, financeiro e institucional das seguintes entidades: Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF), Associação dos Produtores de Soja e Milho do Estado de Mato Grosso (APROSOJA), Bunge, Associação Brasileira de Celulose e Papel (BRACELPA), Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), Cargill, Vale Fertilizantes, União da Indústria de Cana de Açúcar (UNICA), Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA), Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ), Monsanto, Accenture Consultoria de Gestão, Sindirações, Associação Brasileira de Marketing Rural & Agronegócio (ABMR&A), Inpev, Nestlé e Valley (SOU AGRO, 2015).

³⁹ Situação descrita por Marcondes (2012) no tópico 2.1.1 deste trabalho e preconizada por Habermas.

Em julho de 2011, a emissora brasileira de televisão Rede Globo veiculou filmes dessa campanha publicitária, com atores de renome nacional, como Lima Duarte e Giovanna Antonelli. A figura 26 apresenta um *slogan* da referida campanha "Agro: Um Brasil que cresce forte e saudável". Os quatro vídeos divulgados, no início da campanha, criavam o imaginário da política do desenvolvimento sustentável, do dinamismo do agronegócio e da sua conexão com o dia a dia da sociedade.



FIGURA 26 - SLOGAN DA CAMPANHA SOU AGRO
FONTE: Sou Agro (2011)

No primeiro desses vídeos, intitulado "Sou Agro - Gente", Lima Duarte (ator de origem rural e que atuou em vários papéis relacionados ao campo) declara:

A gente nem se dá conta, mas o agro está sempre na nossa vida. O arroz e o feijão de todo dia, como é que foram parar aí? Teve alguém que semeou, que adubou, que colheu, que transportou. Agro dá trabalho, mas dá gosto de ver. Com o agro, o Brasil planta qualidade e colhe riqueza. Eu tenho orgulho de ser um agro cidadão. (SOU AGRO - GENTE, 2011)

O segundo, chamado "Sou Agro - Bendita", protagonizado pelo mesmo ator, tem o seguinte texto:

Bendita terra onde a gente brasileira fincou suas raízes. Bendita terra que premia com frutos fartos quem nela trabalha com respeito e dedicação. Bendita a terra do preto, do branco, do amarelo, do vermelho, do verde. Bendita terra

que alimenta todo um país, que alimenta o mundo. Bendita a terra que é uma das maiores agro nações do planeta. Bendita terra que me dá orgulho de dizer: Sou Agro. Sou agro cidadão, sou agro ator, sou agro brasileiro. (SOU AGRO - BENDITA, 2011)

Os outros dois vídeos tem como protagonista Giovanna Antonelli, representante de uma nova geração de atores. Em um deles, conhecido como "Sou Agro - Dia a Dia", a atriz fala:

Você nunca deve ter notado, mas da hora que você acorda até dormir de novo, tudo a sua volta é agro. O lençol, o pijama, a toalha do café da manhã é agro. O leite, o queijo, a margarina, o suco, o pãozinho, o caderno e as revistas que você lê. Tudo é agro. O etanol do carro que te leva pra cima e pra baixo e o Brasil pra frente, tudo é agro. Sou agro, agro cidadã. (SOU AGRO - DIA A DIA, 2011)

No outro, "Sou Agro - Fazenda", Giovanna conta:

Você sabia que no Brasil todo mundo tem uma fazenda? A minha fica bem aqui, na cidade, bem no meio da minha cozinha. É só abrir a geladeira. Lá eu tenho o meu pomar, o meu gado de corte, a minha soja. Aqui eu tenho minha floresta plantada. Até a roupa que eu visto vem da minha fazenda, da minha plantação de algodão. Na minha fazenda tem até canavial. E eu amo essa fazenda chamada Brasil. Sou agro, agro brasileira. (SOU AGRO - FAZENDA, 2011)

No mês de inauguração desses vídeos da campanha, o deputado Ivan Valente (Psol-SP) entrou com uma representação ética junto ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), pedindo para que fosse emitida uma liminar que suspendesse a campanha. Valente alegou que, ao contrário do que prevê o artigo 9º do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária,⁴⁰ os materiais não deixavam claro quem era o anunciante da campanha. Na visão do deputado "a campanha em tela não traz tal identificação de forma clara, sendo o logotipo da ABMR&A mostrado apenas nos segundos finais dos filmes, sem qualquer esclarecimento do que é a entidade". A ABMR&A, em sua defesa, afirmou que iria "atender à recomendação do Código, inclusive pela divulgação de endereço do site da campanha". Assim, o Conselho de Ética deliberou pelo arquivamento do processo (CONAR, 2011). Entretanto, os vídeos deixaram de ser veiculados pelo movimento.

⁴⁰ O artigo 9º do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária recomenda que a publicidade seja sempre ostensiva, mencionando quem é a empresa ou entidade que a promove (CONAR, 2011).

O *framing* da campanha "Sou Agro", ou seja, o enquadramento do agronegócio proposto pelas indústrias ao público em geral, especialmente ao consumidores, busca ampliar a concepção de agro a todos os agentes da sociedade. Consequentemente, procura envolver todos os cidadãos na responsabilidade dos processos envolvidos nessa cadeia, afinal "no Brasil todo mundo tem uma fazenda", todos os itens essenciais ao dia a dia dos cidadãos (leite, pão, combustível, roupa) são frutos do agronegócio. O *framing* busca desta forma conseguir aliados ao enfatizar a importância fundamental do agronegócio no bem estar da população.

Além disso, dentro de uma estratégia de silêncio (ORLANDI, 2007)⁴¹, os enquadramentos dos vídeos excluem a identificação negativa, que associa o setor à degradação do meio ambiente e aos riscos associados ao uso intensivo e crescente de produtos tóxicos. A linguagem da campanha salienta a representação do agro como expressão da modernidade, da qualidade, do desenvolvimento sustentável, da fartura e do orgulho por um país que alimenta o mundo - "Bendita a terra que alimenta todos. Que alimenta o mundo". O enquadramento realizado pela campanha acaba sendo incorporado por muitos receptores como descrições transparentes da realidade e não como interpretações.

Outra parceria em que a ANDEF está presente é o "Desafio 2050: unidos para alimentar o planeta". Lançado em 2013, em parceria com FAO-ONU, Embrapa e Abag. Tem o objetivo de "debater iniciativas e incentivar parcerias entre os diferentes elos da cadeia". O foco do evento encontra-se nos "caminhos que diferentes segmentos da sociedade precisam percorrer para atender a demanda mundial de alimentos, em um planeta com 9,3 bilhões de pessoas". Nesta direção, o site do Desafio dá destaque para a seguinte questão:

Como o Brasil muda esse jogo? Segundo a FAO-ONU, o Brasil tem um grande desafio. Produzir alimentos para 9 bilhões de pessoas até 2050. Teremos uma China a mais. E ao mesmo tempo, manter a preservação de mais de 60% de nossas florestas. Unidos, podemos alimentar e preservar o planeta. (DESAFIO 2050, 2015)

⁴¹ O conceito de silêncio é apresentado no item 2.1.3 deste trabalho.

O folder da última edição do evento,⁴² que aconteceu em 2014, insiste no discurso malthusiano da ameaça constante da escassez de alimentos.

Projeções da FAO-ONU indicam que a população mundial deve chegar a 9,3 bilhões de pessoas em 2050. No entanto, pesquisas recentes apontam para um problema ainda maior. De acordo com um estudo publicado na edição de setembro da Revista Science, a população mundial pode seguir crescendo e chegar a 12 bilhões de pessoas em 2100 - Um desafio hercúleo para os produtores em todo mundo. (DESAFIO 2050, 2014)

Nesta mesma edição, um material publicitário tratou a respeito do braço de ciência da ANDEF, com a ideia de que apenas por meio do uso da ciência será possível alimentar a população em crescimento. O material apresentava o seguinte slogan "Ciência alimentando o Brasil e o mundo. Inovação defendendo a agricultura nacional".

3.5.4 Prêmios ANDEF "Mérito Fitossanitário" e "Heróis da Revolução Verde"

Com a estratégia de promoção e de valorização do modelo tecnológico utilizado, a ANDEF criou premiações a pessoas e/ou objetos voltados à difusão das práticas agrícolas voltadas ao aumento da produtividade, incorporando o argumento da sustentabilidade. Ressalta-se que esses prêmios são uma estratégia de comunicação voltada, principalmente, ao público científico. O mais antigo, "Prêmio Mérito Fitossanitário ANDEF", instituído em 1998, possui atualmente 17 edições. Outro, criado em 2013, chamado "Heróis da Revolução Verde" está na sua segunda edição.

O primeiro, também conhecido como "Oscar da Agricultura Brasileira", é concedido anualmente e tem a missão de "unir e incentivar líderes do setor agro em busca de uma agricultura cada vez mais sustentável para as gerações futuras do planeta". Segundo o site da entidade, muitas das ações (cursos, seminários, dias de campo e palestras) promovidas pelas empresas associadas à ANDEF concorrem ao prêmio. O Mérito Fitossanitário conta com a participação - do Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (INPEV), da Associação Nacional dos

⁴² O evento aconteceu no âmbito do "Fórum Inovação: Agricultura e Alimentos para o Futuro Sustentável". O Fórum Inovação, Agricultura e Alimentos é realizado desde 2009 e faz parte da agenda oficial, no Brasil, da Semana Mundial da Alimentação concebida, todos os anos, pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), em torno do Dia Mundial da Alimentação, celebrada em 16 de outubro em todo o planeta.

Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (ANDAV) e da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB).

As edições mais recentes tiveram temas centrais vinculados à educação. A 15ª (2011/2012), pela primeira vez, estendeu a premiação à jornalistas que, em matérias publicadas na mídia, "incentivaram e valorizaram iniciativas de educação e capacitação do homem do campo e ações de responsabilidade socioambiental, buscando promover o desenvolvimento rural e agrícola sustentável" (ANDEF, 2012).

O tema da 16ª (2012/2013) foi "Inovação e Sustentabilidade, uma nova Revolução Verde". Nela foram debatidos assuntos ligados ao meio ambiente, segurança alimentar, boas práticas agrícolas e responsabilidade ambiental e social. Os vencedores de cada categoria ganharam uma bolsa de estudos para o MBA em Fitossanidade. Nesta edição o ex-gerente de Educação da ANDEF declarou:

Há mais de 30 anos, muito antes dos temas responsabilidade social e sustentabilidade integrarem a agenda da sociedade, as indústrias fabricantes de defensivos agrícolas já desenvolviam, sob liderança da ANDEF, programas de educação para as temáticas do uso seguro de defensivos agrícolas e da conscientização socioambiental dos produtores rurais. (ANDEF, 2013)

A mais recente edição da premiação, 2013/2014, teve como temática "Educação para um novo tempo". Nas palavras do atual gerente de educação da ANDEF, Fábio Kagi (2014), "a grande estrela da noite é o educador do campo. Não estamos falando de um único profissional, mas de todos aqueles que se esforçam para levar conhecimento até o produtor rural, como o engenheiro agrônomo, o técnico agrícola e os representantes de cooperativas" (Andef, 2014f). As inscrições foram realizadas em três categorias: Responsabilidade Social, Responsabilidade Ambiental e Boas Práticas Agrícolas.

Outra premiação realizada pela ANDEF, o "Heróis da Revolução Verde Brasileira", criado no âmbito do Fórum Inovação, Agricultura e Alimentos passou a homenagear produtores, cientistas e pesquisadores. Segundo a entidade, essas pessoas são "homens e mulheres que semeiam um Brasil capaz de alimentar a si mesmo e a boa parte do planeta, com muito estudo, ciência e inovação" (REVOLUÇÃO VERDE, 2014). Quanto à motivação do surgimento deste prêmio a associação declara:

Nos últimos 40 anos, o Brasil deixou a incômoda posição de importador de alimentos para se transformar em um dos principais produtores globais de grãos, carnes, frutas, fibras e biocombustíveis. Essa virada só foi possível graças à ciência, ao uso intensivo de tecnologias e, principalmente, à ousadia de alguns cientistas e agricultores brasileiros. Buscando homenagear esses heróis do agronegócio nacional, o projeto Revolução Verde apresenta anualmente 10 heróis que ajudaram a transformar a produção agropecuária no país. Para os organizadores do Desafio 2050, não existe melhor inspiração para nossos futuros talentos do que conhecer o exemplo daqueles que já venceram o enorme desafio de produzir e preservar em escala global. (REVOLUÇÃO VERDE, 2014)

Em 2013, dez personalidades foram premiadas: Alfredo Scheid Lopes (professor da Universidade Federal de Lavras), Allyson Paolinelli (Ministro da Agricultura entre 1974 e 1979), Cacilda Borges do Valle (pesquisadora do Centro Nacional de Pesquisa de Gado de Corte - Embrapa), Edson Lobato (pesquisador ligado à Embrapa Cerrados), Eliseu Alves (fez parte do grupo de pesquisa que idealizou a Embrapa e foi presidente desta entre 1979 e 1985), Fernando Penteado (fundador da empresa de fertilizantes Manah), Helena Lage Ferreira (professora da Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos da USP), Herbert Bartz (agricultor e inventor), Roberto Rodrigues (Ex-ministro da Agricultura, Presidente do Conselho de Agronegócio da FIESP e Coordenador do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas), e Romeu Kiihl (Diretor da empresa de sementes TMG, conhecido como "pai da soja no Brasil").

Em 2014 outras dez pessoas receberam o prêmio: Cyro da Costa (ex-professor da Esalq-USP), Dirceu Gassen (agrônomo, consultor e diretor técnico da Cooplantio, Cooperativa dos Agricultores de Plantio Direto, RS), João Pratagil Araújo (pesquisador da Embrapa), Glauco Olinger (presidente da extinta Embrater de 1979-1985), Fernando Abadio Finco (pesquisador da cultura alimentar de comunidades rurais do Cantão, TO), Luiz de Castro (fez carreira no melhoramento genético da Embrapa), Manoel Pereira (conhecido por sua atuação em prol do plantio direto), Moacir Corsi (pesquisa na área de fisiologia de plantas forrageiras e produção animal em pastagens), Renato Rodrigues (supervisor do Núcleo de Pesquisas em Recursos Naturais da Embrapa Agrossilvipastoril), Tsai Siu Mui (primeira mulher a dirigir o Centro de Energia Nuclear da Agricultura da Esalq-USP). Além destas, a homenagem póstuma a Johanna Dobereiner (pesquisadora pioneira na fixação biológica de nitrogênio).

Apresentadas as estratégias de comunicação atuais utilizadas pela ANDEF e fazendo uma comparação com aquelas aplicadas na década de 1980, percebe-se que, enquanto as antigas eram destinadas a um público amplo e generalizado, as atuais são diferenciadas e direcionadas a públicos específicos que atuam em diferentes etapas da cadeia produtiva. O quadro 3 resume as modalidades de comunicação da ANDEF dos anos 2000 e seus respectivos auditórios (produtores, consumidores e comunidade científica). A leitura do quadro permite observar que para os produtores e os trabalhadores rurais, a ANDEF, em geral, comunica-se de três formas: i) selos de advertência; ii) extensão rural; e iii) prêmio "Heróis da Revolução Verde". Desde o início da vigência da Lei de Agrotóxicos (Nº 7.802/1989), as propagandas desses produtos tiveram que conter, obrigatoriamente, informações de advertência a respeito dos riscos à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente. Isto passou a ser cumprido com a criação de um selo padrão da ANDEF.

Auditório/Receptor	Estratégia de comunicação	Descrição
Produtores	Selo de advertência	Informações nas propagandas dos agrotóxicos a respeito dos riscos à saúde dos homens, animais e ao meio ambiente.
	Extensão rural	Palestras, dias de campo e distribuição de manuais técnicos que tratam a respeito das boas práticas agrícolas no campo: uso de EPIs, aplicação, transporte e armazenamento de agrotóxicos
	Heróis da Revolução Verde	Prêmio da ANDEF que homenageia produtores, que segundo a associação "semeiam um Brasil capaz de alimentar a si e a boa parte do planeta"
Consumidores	Educação	Visitas do Andefino às escolas - o mascote leva materiais educativos e escolares, sendo acompanhado de um contador de histórias que conta a história da agricultura no Brasil, fala da importância de cuidar da plantação e de profissões relacionadas ao campo. E o MBA em Fitossanidade.
	Sou Agro	Canal permanente de diálogo entre o agronegócio e seus diversos públicos de interesse, especialmente o cidadão urbano. Conta a realidade do agro, mostrando os benefícios sociais, econômicos e ambientais que o setor gera para toda a

Comunidade Científica		sociedade.
	Desafio 2050	Evento criado para debater iniciativas e incentivar parcerias entre os diferentes elos da cadeia, na busca pelos caminhos que os diferentes atores precisam percorrer para atender a demanda mundial de alimentos.
	Desafio 2050	A última edição do evento deu destaque às discussões com a comunidade científica com o seguinte slogan "Ciência alimentando o Brasil e o mundo. Inovação defendendo a agricultura nacional".
	Mérito Fitossanitário	Segundo a ANDEF, o prêmio é dedicado "a todos os que se esforçam para levar conhecimento até o produtor rural" (engenheiro, agrônomo, técnico agrícola, entre outros).
	Heróis da Revolução Verde	Prêmio que homenageia cientistas e pesquisadores que "com muito estudo, ciência e inovação" contribuem para que o país seja capaz de alimentar boa parte do planeta.

QUADRO 3 - ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DA ANDEF NOS ANOS 2000
 FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Quanto às estratégias de comunicação na extensão rural, estas são vinculadas à figura de um mascote (Andefino) que motiva as boas práticas agrícolas no campo. As ações compreendem uma série de manuais técnicos que tratam sobre: o uso dos EPIs, o planejamento da aplicação, do transporte e do armazenamento dos agrotóxicos. Além disso, são dadas palestras e realizados os dias de campo. Ainda como forma de se comunicar com os produtores, a Associação lançou em 2013 um prêmio intitulado "Heróis da Revolução Verde", que homenageia produtores que contribuem para alimentar o planeta.

No que tange à comunicação voltada aos consumidores, a Andef utiliza outras três estratégias: i) educação; ii) campanha "Sou Agro"; e iii) o evento "Desafio 2050". A associação possui projetos educacionais voltados ao público urbano presentes em todo o país, desde a pré escola (Projeto Andefino na Escola) até a pós-graduação (MBA em Fitossanidade).

A campanha Sou Agro é voltada principalmente ao público urbano, no sentido de enaltecer os benefícios sociais, econômicos e ambientais que o setor gera. E o Desafio 2050, retoma o argumento malthusiano do combate à fome e da ameaça perene da escassez de alimentos, sob uma perspectiva unilateral de aumento da oferta de

alimentos, a fim de suprir um planeta com mais de 9 bilhões de pessoas em 2050. E, juntamente com as premiações "Mérito Fitossanitário" e "Heróis da Revolução Verde", a ANDEF volta-se à comunidade científica no sentido de preservar e conseguir ainda mais aliados que fortaleçam a legitimidade de um modelo de produção

As estratégias de comunicação aqui apresentadas demonstram que a ANDEF - inserida em um novo contexto sociopolítico e na busca constante por um "consenso" (racionalmente motivado) entre os agentes - modificou o *framing* de suas estratégias de comunicação em relação ao enquadramento utilizado na década de 1980, processo conhecido como *reframing*. Já descrito no item 2.1.3 desse trabalho, os *framings* construídos não são estáticos, mas mudam com o passar do tempo em situações nas quais as informações apresentam-se incongruentes ou onde possam surgir explicações mais plausíveis (HALLAHAN, 1999, p.229).

Assim, ao longo dos anos 2000, a ANDEF retirou os inimigos do enquadramento e inseriu os aliados. Os inimigos destacados nos *framings* da década de 1980 - pragas, doenças e ervas daninhas - (FIGURAS 5 e 7) e a dúvida "Herói ou vilão?" (FIGURA 3) deram lugar aos aliados nos anos 2000. A ameaça permanente dos inimigos foi substituída pela segurança oferecida pelos aliados. O Andefino presente na educação e extensão rural (FIGURAS 13 a 24), os representantes da campanha Sou Agro - os atores Lima Duarte e Giovanna Antonelli- (FIGURA 26), os premiados do "Mérito Fitossanitário" e do "Heróis da Revolução Verde" são os aliados sociais que se envolvem em torno de uma causa comum de segurança alimentar. Estes estão constantemente ligados aos conceitos de responsabilidade social e ambiental, preservação do meio ambiente, qualidade da plantação e sustentabilidade na produção. Isso pode ser observado com os seguintes exemplos: i) "O Andefino aconselha: cuide da sua saúde e siga as boas práticas agrícolas no campo" (FIGURA 13); ii) slogan da carreta da ANDEF "Amigo produtor, adote as boas práticas agrícolas no campo. A agricultura brasileira agradece." (FIGURA 19); iii) slogan da campanha Sou Agro "Um Brasil que cresce forte e saudável"(FIGURA 26). E a única ameaça que permanece, mas de forma racionalmente controlada por um futuro previsível, é a possível escassez de alimentos.

Todas essas estratégias de comunicação buscam enfim apagar a memória de um passado no qual as ações da ANDEF iam justamente no sentido contrário do discurso atual. O testemunho do ex-presidente da ANDEF, Cristiano Walter Simon, em entrevista à Revista Agro-Analysis deixa claro o quanto a estratégia do capital incorpora as suas críticas de forma a domesticá-las e um processo de racionalização e de inversão de papéis acerca do protagonismo exercido por movimentos sociais de resistência ao modelo tecnológico adotado.

Pouco se conhecia sobre as preocupações ambientais. "Elas começaram a surgir na década de 1960 com a publicação do livro da Raquel Carson, A Primavera Silenciosa, em que ela faz um grande alerta ao mundo sobre os riscos dos pesticidas. A indústria começou a se preocupar em nível mundial. Aqui nós começamos a pensar seriamente na mudança da legislação." De acordo com Simon, na época o sentimento ambientalista na sociedade começava a surgir e era necessário fazer algo condizente com as preocupações agronômicas, mas também atender às exigências ambientais e de saúde. "Foi aí que conseguimos desenvolver uma legislação, depois de várias audiências públicas. Em 1989, foi promulgada a Lei 7.802, que é a Lei de Agrotóxicos. (AGRO-ANALYSIS, 2010)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objeto as estratégias de comunicação adotadas pela Associação Nacional de Defesa Vegetal (ANDEF), em termos da evolução das táticas e dos instrumentos retóricos de convencimento adotados a partir dos anos 1980 vis-à-vis a evolução das políticas públicas voltadas ao controle da propaganda de agrotóxicos. Para a análise adotaram-se as teorias: da "Ação Comunicativa" de Habermas, da "Nova Retórica" de Perelman e Olbrechts-Tyteca e do "*Framing*", cujos enfoques estão voltados à discussão das estratégias de convencimento e de construção de argumentos adotados para atingir agricultores, consumidores e pesquisadores.

Evidenciou-se que o uso dos agrotóxicos nas plantações brasileiras teve início na década de 1960, com a chamada "Revolução Verde", cujo objetivo era o de aumentar a produtividade agrícola. Esse processo começou nos EUA e durante a Guerra Fria foi transferido para os países então chamados de Terceiro Mundo. A fundação desse novo paradigma no Brasil - baseado no tripé: pesquisa agrícola pública, extensão rural e crédito rural - contribuiu para que a agricultura brasileira tenha crescido a taxas expressivas entre as décadas de 1960 e 1980. Ao longo da década de 1980 as taxas de crescimento da agricultura superaram às taxas da indústria e da economia como um todo.

A pesquisa agrícola teve origem nos EUA e foi difundida a partir dos Centros Internacionais de Pesquisa Agrícola financiados por fundações privadas (Ford, Rockefeller). No caso brasileiro, em 1973, foi criada a Embrapa para o desenvolvimento da pesquisa agropecuária que facilitasse a incorporação na agricultura das tecnologias disponibilizadas pela indústria a montante (máquinas, equipamentos e insumos) e aproximasse sua relação com a indústria agroexportadora.

Quanto ao surgimento da extensão rural no Brasil, em 1948 iniciaram-se os serviços institucionalizados com a criação da ACAR - Minas gerais. Em 1974 existiam 23 dessas associações estaduais, que juntamente com a Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural formavam o Sistema Brasileiro de Extensão Rural (SIBER).

Este foi estatizado e deu origem a Embrater. Atualmente o serviço de extensão é mantido em nível estadual com as Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER).

Em relação ao último componente do tripé, o crédito rural foi institucionalizado, em 1965, com o chamado Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR). Este garantiu em grande parte o faturamento das empresas de agrotóxicos, uma vez que a compra desses produtos era condição para a concessão desse tipo de crédito. Outro incentivo dado à indústria pelo Governo, foi a criação, em 1975, do Programa Nacional de Defensivos Agrícolas, que destinou recursos financeiros para a instalação no Brasil de novas empresas produtoras de insumos químicos, fossem elas nacionais ou multinacionais. Na visão de Bull e Hathaway (1986), a efetiva instalação da indústria brasileira de agrotóxicos deu-se a partir desse programa.

Enquanto o consumo de agrotóxicos estava recebendo estímulos governamentais no Brasil, Rachel Carson publicou em 1962, nos EUA, o livro "Primavera Silenciosa", que iniciou a discussão a respeito dos efeitos adversos causados por esses produtos. No Brasil, a luta de oposição ao uso dos agrotóxicos passou a ter representatividade com a criação, em 1971, da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (AGAPAN). O movimento ganhou expressão, na década de 1980, com a aprovação de leis estaduais de agrotóxicos no Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e em São Paulo.

A atuação desses ambientalistas começou a incomodar a indústria. Consequentemente, a ANDEF passou a pugnar pela inconstitucionalidade das leis estaduais no STF e criar um boletim informativo intitulado "Defesa Vegetal", por meio do qual atacava essas leis e os ecologistas. Paralelamente à pressão exercida sobre o Governo Federal, a ANDEF lançou, em 1985, uma campanha publicitária em revistas de amplo alcance popular (Revistas Veja e Senhor). A associação tinha seu discurso baseado em três lógicas: i) uso adequado - a ideia era que os agrotóxicos só poderiam causar dano à saúde e ao meio ambiente, se fossem incorretamente utilizados; ii) extermínio do inimigo - argumentos beligerantes ao ataque das pragas; iii) combate à fome - a lógica da fome como um problema emergencial global a ser resolvido com a

difusão de técnicas agrícolas mais eficientes, constituiu-se no fundamento ideológico para a difusão da Revolução Verde.

Em 1988, com a instituição da nova Constituição Federal, constitui-se um novo contexto sociopolítico, no qual os direitos fundamentais do cidadão (como saúde, meio ambiente e acesso à informação) começaram a fazer parte da agenda política. Nesse contexto, as propagandas passaram a ser regulamentadas pela Lei de Agrotóxicos (7.802/1989) - que instituiu a obrigatoriedade de conterem clara advertência a respeito dos riscos do produto à saúde dos homens, dos animais e do meio ambiente - e pela Lei Murad (9294/1996) - que restringiu à veiculação das propagandas aos agricultores e pecuaristas.

Como resultado desse cenário, a indústria de agrotóxicos foi incentivada a alterar seu discurso em diversos aspectos. Ao longo dos anos 2000, a ANDEF lançou diferentes estratégias de comunicação direcionadas aos diversos auditórios (produtores, consumidores e comunidade científica). Em comparação com as estratégias da década de 1980, o trabalho conclui que a beligerância (ataque constante ao inimigo) contida no discurso deu lugar à busca por aliados (heróis que contribuíram para que Brasil tenha deixado a incômoda posição de exportador de alimentos) com uma estratégia positiva de valorização da atividade (da prática do ambientalmente correto).

Esse posicionamento da ANDEF encaixa-se nas teorias utilizadas. A partir da perspectiva habermasiana da ação comunicativa, as estratégias de comunicação da associação podem ser vistas como mensagens ideológicas que, baseadas na racionalidade, buscam a obtenção do consenso entre os atores com diferentes interesses e percepções.

A ação comunicativa realizada pela ANDEF pode ser vista como um processo de convencimento de um auditório e como um produto de argumentos convincentes. Isso confirma um dos posicionamentos de Habermas (2012a, p.31), o de que a racionalidade presente no discurso parece ter mais a ver com a maneira pela qual os sujeitos capazes de falar e agir adquirem e empregam o saber do que de fato com a posse do conhecimento. A racionalidade presente nos argumentos da associação torna-se necessária na coordenação da cadeia produtiva do agronegócio, onde os

framings buscam orientar o movimento dos atores de acordo com os objetivos traçados pela indústria.

Quanto às contribuições da "Nova Retórica" para este trabalho, destacam-se os conceitos de orador e de auditório. O orador (ANDEF) seleciona os elementos persuasivos utilizados na comprovação da argumentação para cada um dos grupos de receptores - produtores, consumidores e comunidade científica. O ponto de partida do discurso da associação encontra-se na necessidade do combate à fome, aspecto admitido como "socialmente aceito".

Por fim, a teoria do *framing* - que envolve processos de seleção e de ênfase - é adequada uma vez que a ANDEF, em meio a uma situação de conflito de interesses, aplica processos de inclusão e exclusão de informações para afirmar a sua ideologia como verdadeira em relação a outras interpretações possíveis colocadas pelo movimento ambientalista.

A alteração dos argumentos utilizados no discurso da ANDEF, nos anos 2000, confirma a proposição de Hallahan (1999, p.229) de que "os quadros constituídos não são estáticos, mas mudam com o passar do tempo em situações nas quais as informações apresentam-se incongruentes ou onde possam surgir explicações mais plausíveis."

Essa mudança de enquadramento teve dois fatores determinantes fundamentais que se complementam: a implementação de uma nova legislação voltada à defesa do cidadão, enquanto consumidor de produtos que oferecem riscos à sua saúde e ao ambiente em que vive, bem como ao trabalhador rural que manipula esses produtos; e a ação de um movimento ambientalista organizado que logrou importantes avanços em termos legais, sobretudo com a criação e a promulgação da Lei de Agrotóxicos em 1989. A ANDEF mostrou, por sua vez, uma grande capacidade de adaptação a essas circunstâncias, ao resignificar as suas estratégias de comunicação, mantendo em essência o mesmo conteúdo: o foco na produtividade.

REFERÊNCIAS

A GRANJA KIDS. **Turma do Dadico**. 2014. Disponível em: <<http://www.agranja.com/index/kids>>. Acesso em 17/02/2015.

AGRO-ANALYSIS. **As raízes da agricultura sustentável**. Agosto, 2010. Disponível em: <http://www.agroanalysis.com.br/especiais_detalhe.php?idEspecial=48&ordem=>

ANDEF. **Entidade reconhece ações que promovem educação e sustentabilidade no campo**. 2012. Disponível em: <<http://www.undef.com.br/imprensa/noticias/1078-xv-prmio-undef>>. Acesso em: 02/12/2014.

_____. **Prêmio ANDEF. 16ª Edição 2012/2013**. Inovação e Sustentabilidade: uma nova Revolução Verde. 2013.

_____. **Associação Nacional de Defesa Vegetal**. 2014a. Disponível em <<http://www.undef.com.br>>. 2014a.

_____. **ANDEF na sala de aula**. 2014b. Disponível em: <<http://www.undef.com.br/educacao/undef-na-sala-de-aula>> Acesso em 17/02/15.

_____. **Proteger a Plantação**. 2014c. Disponível em: <<http://www.undef.com.br/imprensa/noticias/1425-proteger-a-plantacao>>. Acesso em 17/02/2015.

_____. **MBA em Fitossanidade**. 2014d. Disponível em: <<http://www.undef.com.br/imprensa/noticias/1461-mba-em-fitossanidade>>. Acesso em 17/02/15.

_____. **ANDEF divulga os vencedores do maior prêmio da agricultura brasileira**. 2014f. Disponível em: <<http://www.undef.com.br/imprensa/noticias/1558-undef-divulga-os-vencedores-do-maior-premio-da-agricultura-brasileira>>. Acesso em 02/12/2014.

ANDEFedu. **Manuais**. 2012. Disponível em: <<http://andefedu.com.br/publicacoes/manuais>>. Acesso em: 17/02/15.

_____. **Manuais**. 2013. Disponível em: <

<http://andefedu.com.br/publicacoes/manuais>>. Acesso em: 17/02/15.

_____. **Andef Educação**. 2014a. Disponível em <<http://www.andef.com.br>>.

_____. **Andef na sala de aula**. 2014b. Disponível em:

<<http://www.andef.com.br/educacao/andef-na-sala-de-aula>> Acesso em 17/02/15.

ARAÚJO, A. M. C.; TÁPIA, J. R. B. **Corporativismo e neocorporativismo: exame de duas trajetórias**. BIB – Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 32, no. 32, p. 3-30, 1991. Disponível em:<http://bit.ly/10HDsRR>.

BARROS, G.S.C.; ADAMI, A.C.O. **Exportações do agronegócio batem novo recorde em 2012, mesmo com queda de preços**. Escola superior de agricultura "Luiz de Queiróz". Universidade de São Paulo: Piracicaba, 2013.

BELIK, W. **Agroindústria processadora e política econômica**. Campinas: Unicamp, 1992.

BELLINGINI, R. **Pequenas histórias de plantar e de colher**. Andef, 2013.

BONAVIDES, Paulo; ANDRADE, Paes. **Historia Constitucional do Brasil**. Brasília: Ed. OAB: Universidade Portuguesa Infante D. Henrique, 2006.

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição [da] Republica Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Lei de Agrotóxicos** (1989). Brasília, DF: Senado Federal, 1989.

BRASIL. **Lei Murad** (1996). Brasília, DF: Senado Federal, 1996.

BRIAN, D. W. **Grand missions of agricultural innovation**. Research Policy. Volume 41, Issue 10, 2012.

BRUM, A. J. **Modernização da Agricultura: trigo e soja**. Petropolis, RJ; Ijuí, RS: Vozes: FIDENE, 1988.

BRUNO, R. **Movimento Sou Agro: marketing, hábitos e estratégias de poder do agronegócio**. 36º Encontro Anual da ANPOCS. Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://observatory-elites.org/wp-content/uploads/2012/06/Regina-Bruno.pdf>>

BUAINAIN, A.M. *et al.* **Sete teses sobre o mundo rural brasileiro**. Revista de Política Agrícola. Ano XXII n. 2, 2013.

BULL, D.; HATHAWAY, D. **Pragas e venenos: agrotóxicos no Brasil e no Terceiro Mundo**. Petrópolis: Vozes, 1986.

CAMARGO, P. T.; RODRIGUES, D. D. **O artigo 220 da constituição federal e os limites da lei federal no estado democrático de direito**. Porto Alegre: Revista do Ministério Público, 2011.

CAMPANHA PERMANENTE CONTRA OS AGROTÓXICOS E PELA VIDA. **Quem somos**. 2011. Disponível em:
<<http://www.contraosagrototoxicos.org/index.php/campanha>> Acesso em: 12 de setembro de 2014.

CARRAGEE, K. M.; ROEFS, W. **The neglect of power in recent framing research**. 2004. Disponível em: <
http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/the_neglect_of_power_in_recent_framing_research.pdf.

CONAR. Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. **Decisões**: novembro de 2011.

CONCEIÇÃO, J. C. P.; CONCEIÇÃO, P.H.Z. Agricultura: **Evolução e Importância para a Balança Comercial Brasileira**. Texto para discussão 1944. IPEA, 2014.

DESAFIO 2050. **Unidos para superar um desafio maior ainda**. 2014. Material adquirido no evento em outubro de 2014, em São Paulo.

_____. **Unidos para alimentar o planeta**. 2015. Disponível em:
< <http://www.desafio2050.org/>>. Acesso em 14/02/15.

DOSI, G. **Mudança técnica e transformação industrial: a teoria e uma aplicação à indústria dos semicondutores**. São Paulo: Editora da Unicamp, 2006.

DREYER, L. **Sinfonia Inacabada: A Vida de José Lutzenberger**. Porto Alegre: Vidicom Audiovisuais Edições, 2004.

DURKHEIM, E. **Educação e Sociologia**. 5 edição. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2014.

EISNER, M. **Regulatory politics in transition**. Baltimore: The Johns Hopkins U.P., 2000.

ELLIOTT, M. **Risk perception frames in environmental decision making**. Journal of the National Association of Environmental Professionals. Issue 03, 2003.

ENTMAN, R. M. **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.** Journal of Communication: Autumm, 1993.

EVENSON, R.E. GOLLIN, D. **The green evolution: an end of century perspective.** 2002. Disponível em:
< http://web.williams.edu/Economics/wp/Gollin_The_Green_Revolution.pdf.

FAIRHUST, G. T. **Reframing the art of framing: problems and prospects for leadership.** University of Cincinnati, 2005.

FONSECA, M.T.L. **A extensão rural no Brasil, um projeto educativo para o capital.** São Paulo: Edições Loyola, 1985.

FRANCO, C. **A formulação da política de agrotóxicos no Brasil.** (Dissertação de Mestrado em Políticas Públicas). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

GREVETTI, R. B. **A comunicação social no contexto constitucional brasileiro.** 2004. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1609/A-comunicacao-social-no-contexto-constitucional-brasileiro>>.

GUIMARAES, G. **ANDEF 35 anos: a busca por um processo de registro.** Disponível em: http://www.agroanalysis.com.br/materia_detalhe.php?idMateria=602. Acesso em 15 de janeiro de 2015.

HABERMAS, J. **Tecnologia e Ciência como Ideologia.** Lisboa: Ed. 70, 1987.

_____. **Teoria do Agir Comunicativo: racionalidade da ação e racionalização social.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012a.

_____. **Teoria do Agir Comunicativo: sobre a crítica da razão funcionalista.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012b.

HALLAHAN, K. **Seven models of framing: implications for public relations.** Journal of Public Relations Research, 11(3) 205-242, 1999.

Hayami, Y.; Ruttan, V. **Desenvolvimento agrícola: teoria e experiências internacionais.** Embrapa, Brasília, 1988.

HOBBELINK, H. **Biotecnologia: muito além da Revolução Verde. As novas tecnologias genéticas para a agricultura: desafio ou desastre?** Porto Alegre, 1990.

JACOBI, P. **Movimento Ambientalista no Brasil. Representação social e complexidade da articulação de práticas coletivas.** In: Ribeiro,W.(org.) Publicado em Patrimônio Ambiental. Ed: EDUSP, 2003.

JANSEN, S. **Chemical - warfar techniques for insect control: insect 'pests' in Germany before and after World War I.** *Endeavour*, 24(1), p. 28-33, 2000.

KAUFFMAN, S. et al. **Frames, framing and reframing.** 2003. Disponível em: <http://pitchanything.com/wp-content/uploads/_pdfs/PITCH%20ANYTHING%20COMPANION%20MATERIAL-FRAMES%20FRAMING%20AND%20REFRAMING.pdf>

LEIS, H.R. **A Modernidade Insustentável: As Críticas do Ambientalismo à Sociedade Contemporânea.** Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

LUCCHESI, G. **Agrotóxicos- construção da legislação. Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados.** Brasília, 2005. Disponível em: <http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/2227/agrotoxicos_construcao_lucchese.pdf>.

MACHADO, P. A. L. **Direito à informação e meio ambiente.** São Paulo: Malheiros Editores Ltda, 2006

MARCONDES, D. **Filosofia, linguagem e comunicação.** 5.ed. Cortez: São Paulo, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 5. ed. São Paulo: RT, 2006.

MPT-PE. Ministério Público do Trabalho - Pernambuco. **Fórum de agrotóxicos realiza encontro anual para diretrizes para redução do uso de agrotóxicos.** 2014. Disponível em: <<http://www.prt6.mpt.gov.br/procuradorias/prt-recife/228-forum-de-agrotoxicos-realiza-encontro-anual-para-diretrizes-para-reducao-do-uso-de-agrotoxicos>>. Acesso em 18 de fevereiro de 2015.

MOREIRA, R. J. **Críticas ambientalistas à Revolução Verde.** Estudos Sociedade e Agricultura, 15, outubro 2000.

MUNHOZ, D.G. **Economia Agrícola: Agricultura - Uma defesa dos subsídios.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1982.

OLIVEIRA, M.M. **A conjugação do crédito rural à assistência técnica no Brasil: análise da experiência do Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural.** Brasília: EMBRAPA, 1984.

ORLANDI, E. P. **As Formas do Silêncio: no movimento dos sentidos.** Editora da Unicamp: São Paulo, 2007.

PARAYIL, G. **Mapping Technological Trajectories of the Green Revolution and the Gene Revolution from modernization to globalization.** Research Policy 32 (971-990), 2003.

PEIXOTO, M. **Extensão rural no Brasil - uma abordagem histórica da legislação.** Consultoria Legislativa do Senado Federal. Texto para discussão 48. Brasília, 2008.

PERELMAN, C; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da Argumentação: A Nova Retórica.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PEREZ, C. **Gestão e produção de sentido por meio de personalidades, personagens e mascotes: a antropomorfização da marca.** III Encontro de Marketing da ANPAD. Curitiba, 2008.

PERKINS, J. H. **Insects, Experts and the Insecticide Crisis.** Plenum Press: New York, 1982.

PESSANHA, B. M. R.; MENEZES, F.A.F. **A questão dos agrotóxicos.** Agroanalysis. Rio de Janeiro. FGV/IBRE. p. 2-22, set, 1985.

PINTO, J.M.R. **A teoria da ação comunicativa de Jurgen Habermas.** São Paulo: FFCLRP-USP, 1995.

REVISTA SENHOR, São Paulo: Editora Três. Edição: 15 maio 1985. Disponível em Biblioteca Pública do Paraná.

REVISTA VEJA, São Paulo: Editora Abril. Edições: 30 de janeiro, 03 e 18 abril de 1985. Disponível em Biblioteca Pública do Paraná.

REVOLUÇÃO VERDE. 2014. Disponível em: <<http://www.revolucaoverde.org/>>. Acesso em 12/02/15.

RUSSELL, E. **War and nature: fighting humans and insects with chemicals from World War I to Silent Spring.** Cambridge University Press: New York, 2011.

SALLES-FILHO, L.M. **A dinâmica tecnológica da agricultura: perspectivas da biotecnologia.** Tese de doutorado. Universidade de Campinas, 1993.

SALLES-FILHO, S *et al.* Ciência, tecnologia e inovação – **A reorganização da pesquisa pública no Brasil.** Campinas: Editora Komedi, 2000.

SARLET, I. W. **A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional.** Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2011.

SILVA, C.A.; SOUZA FILHO, H. M. **Guidelines for rapid appraisals of agrifood chain performance in developing countries**. Food and Agriculture Organization of the United Nations: Rome, 2007.

SILVEIRA, J. M.; FUTINO, A. M. **O plano nacional de defensivos agrícolas e a criação da indústria brasileira de defensivos**. Boletim Técnico do Instituto de Economia Agrícola, v. 37, n. 3, p. 129-146, 1990.

SINDIVEG. Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal. **Sindiveg registra crescimento no setor de defensivos em 2013**. São Paulo, 23/06/2014. Disponível em: <http://www.sindiveg.org.br/docs/RELEASE_SINDIVEG_RESULTADOS_2013.pdf>. Acesso em 04/07/2014.

SOU AGRO. **Boas práticas agrícolas caem na estrada**. 2012. Disponível em: <<http://souagro.com.br/bo-as-praticas-agricolas-caem-na-estrada/>> Acesso em 19/02/15.

_____. **Projeto leva a história da agricultura no Brasil às escolas**. 2014. Disponível em: <<http://souagro.com.br/projeto-leva-a-historia-da-agricultura-no-brasil-as-escolas/>>. Acesso em 19/02/15.

SOU AGRO. Disponível em <<http://souagro.com.br/>>. 2015.

_____. **BENDITA**. 2011. Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=arqWUUUAg4Q>>. Acesso em 22/02/2015.

_____. **DIA A DIA**. 2011. Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rcyfwkgQL74>>. Acesso em 22/02/15.

_____. **FAZENDA**. 2011 Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=s7Cl8zpQeCY>>. Acesso em 22/02/15.

_____. **GENTE**. 2011. Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PiIJeJCRw8k>>. Acesso em 22/02/15.

STERN, B. B. **Textual analysis in advertising research: construction and deconstruction of meanings**. Journal of Advertising. 25:3, 1996.

TERRA DE DIREITOS. **Fórum de combate aos efeitos dos agrotóxicos. 2009** Disponível em: <http://terradedireitos.org.br/2009/10/29/mpt-lanca-forum-nacional-de-combate-aosefeitos-dos-agrotoxicos>.

TRIGO, E.; PIÑERO, M.; ARDILA, J. **Organización de la investigación agropecuaria en América Latina**. Costa Rica: IICA, 1985.

TRINDADE, E. PEREZ, C. **Os múltiplos sujeitos da publicidade contemporânea.** Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, Out/Dez, 2009.

VANLOQUEREN, G.; BARET, P. V. **How agricultural research systems shape a technological regime that develops genetic engineering but locks out agroecological innovations.** Research Policy. Vol. 38. Issue 06, 2009.

VIEIRA-FILHO, J. E. R. **Transformação histórica e padrões tecnológicos da agricultura brasileira.** IN: BUAINAIN et al. O mundo rural. Brasília, DF: Embrapa, 2014.

VIOLA, E. J. **O Movimento Ecológico no Brasil (1974-1986): Do Ambientalismo à Ecopolítica.** 1987. Disponível em: <
http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_03/rbcs03_01.htm>.